síntese
rio-grandense

Francisco Rüdiger

Tendências do Jornalismo

Terceira Edição

Francisco Rüdiger

Tendências do Jornalismo

Terceira Edição

Síntese Rio-Grandense

1ª edição: 1993

Capa: Paulo Silveira
Revisão: Maria da Glória Almeida dos Santos
Cláudia Bittencourt
Editoração eletrônica: Jair Otharan Nunes
Sílvia Aline Otharan Nunes

Francisco Ricardo Rüdiger
Professor nos Departamentos de Comunicação da UFRGS e PUCRS. Mestre em filosofia (UFRGS) e Doutor em Ciências Sociais pela USP. Autor de *Paradigmas do estudo da história* (1991), *Literatura de auto-ajuda e individualismo* (1996), *Introdução à teoria da comunicação* (1998) e *Comunicação e teoria crítica da sociedade* (1999).

R916t Rüdiger, Francisco Ricardo
Tendências do jornalismo / Francisco Ricardo Rüdiger. – 3.ed. – Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2003.

1. Jornalismo – Rio Grande do Sul. I. Título.

CDU 070.1/.489(816.5)

Catalogação na publicação: Mônica Ballejo Canto – CRB 10/1023

ISBN 85-7025-632-9

Entre nós, ser jornalista é não ter profissão,
é estar num estado vizinho ao do vagabundo.
O melhor jornal, o mais lido, o mais procurado é
justamente o que não tem redator.
Um país em que a imprensa está em desonra
e os jornalistas tocam as raias da indigência
é um país que está profundamente ulcerado.

(*A Reforma*, Porto Alegre, 10/12/1870)

PREFÁCIO À TERCEIRA EDIÇÃO

A presente edição prossegue o trabalho de atualização factual, complementação bibliográfica e revisão gramatical encetado na edição anterior. Conservou-se intocada a estrutura global da obra, ao concluir-se pela permanência de sua validade de conjunto.

Acrescentamos ao texto, também, alguns elementos historiográficos coletados durante a elaboração da pesquisa original, feita na primeira metade dos anos 80. Espera-se apenas que sua presença não desfigure o sentido primitivo do livro, que era, ontem como hoje, o de servir de síntese sobre a trajetória do jornalismo no Rio Grande do Sul.

Esforços de pesquisa merecedores de nota têm surgido no campo da história dos meios eletrônicos de comunicação no Estado, mas ainda estamos à espera de um trabalho mais crítico e amplo sobre a maneira como esses meios vêm-se ocupando das práticas jornalísticas no Rio Grande do Sul.

Baseando-nos nas notícias de que dispomos hoje, podemos esperar algo nesse sentido dos atuais projetos de pesquisa conduzidos por Dóris Haussen (PUCRS), Artur Ferraretto (Ulbra) e Suzana Killp (Unisinos).

Finalizando, o autor sente-se, mais uma vez, no dever de agradecer ao interesse revelado neste texto por parte da Editora da Universidade/UFRGS.

Francisco Rüdiger

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO

O presente livro constitui um esboço de reconstrução histórica do processo de desenvolvimento do jornalismo no Rio Grande do Sul. Pretendemos analisar a gênese e a metamorfose das práticas jornalísticas no Estado em seus vários aspectos, privilegiando o ponto de vista da história social.

Nesta empresa, convém notar em primeiro lugar que jornalismo e imprensa podem confundir-se, mas não são a mesma coisa. O Rio Grande do Sul conheceu diversos tipos de imprensa (política, literária, operária, religiosa, humorística, noticiosa), mas nem todas possibilitaram a formação do correspondente jornalismo. Este estudo designa *jornalismo* como uma prática social componente do processo de formação da chamada opinião pública; prática que, dotada de conceito histórico variável conforme o período, pode estruturar-se de modo regular nos mais diversos meios de comunicação, da imprensa à televisão.

Histórias da imprensa não constituem novidade nos horizontes do saber produzido em nosso Estado, como mostra uma longa tradição de pesquisa, que remonta ao começo do século. A contribuição que se encontra nelas não é pequena, principalmente no tocante ao levantamento de fontes e à sistematização de dados. Porém, esses trabalhos não podem ser confundidos com histórias do jornalismo. O relato da sucessão cronológica de títulos de periódicos e da biografia de seus

criadores não basta para compreender a natureza e a prática do jornalismo nos vários momentos de seu desenvolvimento, basicamente porque nesse tipo de estudo falta uma perspectiva teórica de análise do seu tema. O leitor não tem uma explicação para as transformações verificadas no campo de estudo em foco, nem uma compreensão do seu significado para os contemporâneos e para nosso próprio tempo.

Considerou-se essas pesquisas como ponto de partida deste trabalho mais amplo de entendimento da história do jornalismo, que não se esgota, é claro, nestas páginas. O jornalismo, como prática, tem vários aspectos, compreendendo seu conceito, sua rotina, seus agentes, seus suportes, sua linguagem e sua tecnologia. Por outro lado, essa prática não se sustenta sozinha, estrutura-se num contexto econômico, político e social, que não apenas condiciona seu comportamento, mas sofre dialeticamente a ação de sua práxis.

A abordagem conjunta de toda essa problemática constitui tarefa complexa para um coletivo de autores. Por isso, este estudo constitui, no máximo, um esboço de reconstrução geral da história do jornalismo rio-grandense. Não nos propomos a fornecer um retrato acabado de seu desenvolvimento, mas a desenhar uma perspectiva geral de análise capaz de fundamentar novas pesquisas.

As grandes coberturas, os "furos" que deixaram marcas na memória e as reportagens que repercutiram na sociedade não são temas marginais para a história do jornalismo, mas só podem ser corretamente compreendidas quando situadas no contexto das grandes tendências jornalísticas em curso no seu tempo. Nosso estudo optou por re-

construir esse último contexto e, por isso, ressente-se da falta de análise desses fenômenos aparentemente menores, muito relevantes, porém, para compreender, por exemplo, o desenvolvimento do jornalismo no rádio e na televisão. Em suma, a principal preocupação não diz respeito a nomes, datas e situações, mas ao processo global e às grandes tendências do nosso jornalismo.

Em linhas gerais, pretendemos mostrar que o jornalismo gaúcho conheceu até agora duas fases ou *regimes jornalísticos*. A primeira fase, comandada pelo conceito de jornalismo político-partidário, foi dominante desde a sua formação, em

Prédio da *A Federação* (1922). Localizado na esquina da Rua dos Andradas com Caldas Júnior, suas dependências alojavam as oficinas da folha republicana e a própria sede do partido. Atualmente, abriga o Museu Hipólito José da Costa.

meados do século passado, até a década de 1930. A segunda, dominada pelos conceitos de jornalismo informativo e indústria cultural, começou a se gestar lentamente no início do século, quando surgiram as primeiras empresas jornalísticas, e se consolidou com a formação das atuais redes e monopólios de comunicação. A passagem de uma para a outra durou várias décadas e sua contraposição é um artifício didático, porque no movimento histórico as realidades são matizadas e se encontram num fluir cheio de tensões e forças contraditórias, que não se deixam apreender em esquemas.

As práticas de formação e informação da opinião pública, ligadas dialeticamente ao seu próprio movimento, dependem de certos *regimes jornalísticos*, de regras e conceitos que estruturam o jornalismo e se transformam pela práxis em curso nos diversos campos da vida social de cada época.

Em função disso, pode-se concluir, a pesquisa que segue vale como contribuição, não somente para o conhecimento do desenvolvimento do nosso jornalismo, mas também para a redação de um dos capítulos da história social do Rio Grande do Sul.

RAÍZES DO JORNALISMO RIO-GRANDENSE

CONTEXTO HISTÓRICO GERAL

Para compreender a gênese do jornalismo gaúcho, convém, em primeiro lugar, precisar o processo social no qual se gestou a prática, sentido e valor do próprio jornalismo como fenômeno histórico-universal.

Os conceitos que regulam a prática do jornalismo na sociedade têm variado bastante desde o surgimento deste último na passagem ao século 18. O jornalismo nasceu, como se sabe, dentro do processo de formação do mundo moderno. Diversos autores pretendem relatar sua história antes da tipografia, mas de fato não tem sentido procurar suas manifestações em épocas nas quais existe a total falta não só do conceito, mas também de seu reconhecimento pela sociedade.

Na verdade, a configuração do jornalismo como prática social relativamente consistente começou no final do século 17. Nessa época, os serviços de correio privado e os relatos extraordinários veiculados em folhas e volantes surgidos nos séculos anteriores começaram a ceder lugar a publicações periódicas regulares, lançadas por casas editoras especializadas.

Os historiadores marxistas relacionam esse fato com o desenvolvimento do capitalismo comercial e com a ascensão da burguesia, tendo se tornado

clássica a tese de que "a história da imprensa é a própria história do desenvolvimento do Capitalismo" (Sodré, 1977). Em contraponto, a historiografia weberiana sustenta que os jornais não são produto do capitalismo, tendo relação histórica com o processo de construção do Estado Moderno. O Estado precisava dispor de novos meios de comunicação para estender sua dominação sobre o território e garantir o governo da população (Weber, 1972, p.730).

Habermas (1962), aparentemente, combinou as duas concepções no clássico *Mudança estrutural da esfera pública*. Para o autor, a revolução comercial fomentou simultaneamente o trânsito de mercadorias e o trânsito de informações, na medida em que, progressivamente, a própria informação virou mercadoria. Porém, a publicação sistemática e aberta de informações só se desenvolveu com o surgimento dos periódicos patrocinados direta ou indiretamente pelo Estado. A ascensão da sociedade burguesa na esteira da expansão do capitalismo comercial colocou novos problemas de governo para as autoridades, que rápido descobriram na imprensa nascente um meio de controlar a opinião e exercer o poder (Habermas, 1984, p.35-37).

Os primeiros jornais, quando não foram lançados por sua própria iniciativa, nasceram sob patrocínio ou subvenção do Estado. O governo precisava estabelecer comunicação com a classe letrada ascendente, cuja atividade era fonte econômica de seu poder. Porém, o resultado dessa estratégia foi a progressiva politização da burguesia, sua conscientização como classe antagônica do regime estabelecido, cujos postos eram monopolizados pela velha nobreza. Logo, floresceu uma imprensa crítica e independente, que, no con-

texto mais geral de formação do capitalismo industrial, acabaria sendo peça essencial no ciclo das revoluções burguesas (p.38-41).

O surgimento do jornalismo moderno, propriamente, data desta conjuntura, quando se forma, pela primeira vez, a figura da redação. Nessa época, os periódicos começam a conquistar autonomia relativa ao negócio da casa editora. As facções políticas passam a concorrer para a sua publicação, assumindo a responsabilidade pela redação. Assim, as preocupações econômicas caem para segundo plano. Os jornais não vivem mais para o mercado, mas para a esfera da opinião pública, servindo de porta-vozes dos partidos e fórum de discussão da sociedade civil (Marcondes Filho, 1986, p.60-61).

No Brasil, o nascimento e desenvolvimento da imprensa podem ser situados no mesmo modelo. Nosso primeiro jornal surgiu sob patronato do Estado, em 1808. Dom João VI, recém-chegado ao País, revogou as medidas que virtualmente haviam proibido as atividades editoriais durante o período colonial, criando a Imprensa Régia e mandando publicar a *Gazeta do Rio de Janeiro*. Não obstante, o controle estatal da publicidade impressa no País continuou, através da censura e da manutenção do ofício tipográfico na esfera do privilégio real.

Após a independência, houve grandes modificações nesse quadro, com o surgimento de publicações independentes que tiveram significativo papel nas lutas políticas e no desenvolvimento de nossas instituições. A classe dominante local empregou todos os meios de publicidade existentes para criticar os resíduos políticos do colonialismo, tornar-se classe dirigente e assegurar a circulação das elites no poder de Estado.

O jornalismo brasileiro se formou dentro desse movimento político, que coincide com o próprio processo de construção do Estado Nacional. Durante esse período, que se estende até meados do século, as forças políticas descobriram o emprego da imprensa na formação da opinião e os políticos ligaram suas carreiras às atividades jornalísticas; surgiram as primeiras redações e o jornalismo elaborou seu conceito no País.

O NASCIMENTO DA IMPRENSA

Na Província de São Pedro do Rio Grande do Sul, a gênese da imprensa está ligada ao processo político que desembocaria na Revolução Farroupilha. No final dos anos 20, a economia pastoril entrou em relativa estagnação, que teve ressonância no plano político. Na conjuntura, saltou à vista da classe dominante local (estancieiros e charqueadores) sua subordinação política ao centro de poder do Rio de Janeiro. A pecuária constituía uma economia periférica e dependente, cujas demandas políticas e administrativas não encontravam respaldo no governo. A oligarquia pastoril sequer controlava a Província, na medida em que os presidentes eram nomeados arbitrariamente pela Corte.

No contexto de formação dessa conjuntura, por sua vez, parte do processo de construção do Estado Nacional, verificou-se o surgimento de nosso primeiro jornal: *O Diário de Porto Alegre*, em 1827. A radicalização das contradições entre a Província e a Corte se gestou no contexto maior da reação liberal ao governo absolutista de D. Pedro I. A AssembléiaGeral e o Imperador estavam em conflito desde a abertura da primeira em 1826. A classe senhorial brasileira não controlava plena-

mente o poder, pois o partido português ainda era forte e limitava a circulação das elites nacionais pelo aparelho de Estado.

O papel da imprensa nesse enfrentamento foi significativo, havendo jornais panfletários e radicais circulando em todo o País. O governo respondia subvencionando algumas folhas ou mesmo publicando os chamados jornais áulicos.

O Diário de Porto Alegre foi um deles; seu lançamento foi patrocinado pelo presidente da Província, Salvador José Maciel. A sociedade gaúcha havia atingido um grau de desenvolvimento econômico, político e social respeitável para a administração. Porto Alegre passara dos 6 mil habitantes, em 1810, para 15 mil, em 1830; Rio Grande passa, no mesmo período, de 3.500 para 12 mil habitantes. As condições de civilização estavam começando a progredir e havia surgido um público letrado que precisava ser levado em consideração, mesmo porque a circulação de boatos e informações contraditórias punham em perigo o próprio exercício do governo. Nesse contexto:

> O presidente propôs que, na Província, havendo, talvez mais do que em nenhuma outra do Império, necessidade de estabelecimentos que concorram pronta e eficazmente para dar ao Estado cidadãos instruídos, se reclamasse [...] uma imprensa na Capital que, facilitando a comunicação dos pensamentos, servisse também ao Governo para estampar suas publicações. (Atas do Conselho Administrativo da Província, 6ª sessão, 10/5/1827)

Na verdade, a preocupação era com a difusão das idéias "demagógicas", que fatalmente repercutiam perigosamente nas classes subalternas. O governo temia naquela conjuntura as doutrinas que "procuravam torná-lo suspeito aos povos e tirar-lhe a reputação e a confiança, que são seu alicerce"

(idem). Nesse sentido, aliás, o projeto de criação de um estabelecimento tipográfico na Província constituía uma reedição exitosa da tentativa feita com o mesmo propósito pelo presidente Saldanha de Oliveira e Daun em 1821. Nesse ano, Saldanha fez uma subscrição entre o comércio local e adquiriu um prelo para a publicação de comunicados oficiais, mas não chegou a empregá-lo, porque foi afastado do cargo e preso logo após a proclamação da independência.

O Diário reabilitou o projeto, mas não em benefício do jornalismo. A folha constituía, no máximo, um boletim oficial, que servia basicamente à publicidade governamental e à publicação dos atos da administração. Porém, estava aberto o caminho para o surgimento de novos periódicos, que não tardaram a se criar em resposta à sua própria publicação. O curso da situação política estava-se agravando e logo havia várias tipografias funcionando em Porto Alegre e em Rio Grande.

Por outro lado, as necessidades da vida econômica criavam condições para essa expansão, na medida em que não só o comércio precisava de notícias sobre os mercados, o câmbio e a legislação, como os editores pretendiam colocar à sua disposição um novo meio de comunicação. Porém, a mola propulsora do desenvolvimento da imprensa foi o processo político em curso; o estágio da vida econômica forneceu-lhe apenas a precondição.

Os partidos em liça realizavam subscrições entre seus simpatizantes e encarregavam um comerciante ou artesão de montar as oficinas, de onde saíam, em seguida, uma série de pequenas publicações. Para se ter uma noção disso, basta notar que, somente no período de 8 anos, desde o surgi-

mento da imprensa, foram lançados 32 jornais. Entre eles, mencionemos *O Constitucional Rio-Grandense*, *Sentinela da Liberdade*, *O Noticiador*, *O Recompilador Liberal* e o *Mercantil do Rio Grande*.

Esses periódicos tinham pequeno formato (28cm x 18cm) e suas tiragens giravam em torno de 400 exemplares. A circulação era, em sua grande maioria, duas ou três vezes por semana; os jornais diários eram poucos e geralmente não sobreviviam por muito tempo. A venda era feita só por assinaturas ou direto no escritório da tipografia.

O conceito que guiava esses jornais era tão-somente político. Os textos tinham forte cunho doutrinário, consistindo de matérias opinativas sobre questões públicas, comentários ideológicos e polêmicas com os adversários de publicidade. A linguagem era extremamente virulenta, não poupando idéias, nem pessoas. O extrato de um editorial exemplifica bastante bem a motivação que preside o lançamento de um periódico na época:

> É tão prodigiosa a rapidez com que se vai insinuando nos espíritos pouco refletidos as idéias mais exageradas e subversivas das nossas fundamentais instituições e está tão reconhecida que todo esse aluvião de males não tem outra verdadeira causa senão a falta de ilustração, o desprezo da sã moral e a ignorância das leis e condições porque se mantém a organização social [...] que tornamos a conceber o projeto de pôr em contribuição o nosso cabedal intelectual [...] (*O Observador*, Rio Grande, 13/8/1832)

Nesse contexto, não constitui exagero afirmar que a imprensa foi o bastidor intelectual da Revolução Farroupilha. Nas páginas dos jornais se gestaram as idéias que radicalizaram o processo político e levaram ao movimento. Proprietário e redator da folha caramuru *O Mestre Barbeiro*, Antônio da Silva Monteiro, vulgo *Prosódia*,

não por acaso foi um dos primeiros a tombar no combate que deu início à conflagração, no riacho Ipiranga (1835).

Nessa época, através de uma linguagem forte e vibrante, direcionada às paixões e, em muitos casos, com um predomínio da emoção sobre a reflexão, a imprensa caracterizou-se por um conflito discursivo [...], que viria a se repetir nos tradicionais confrontos político-partidários da formação histórica sul-rio-grandense (Alves, 1997, p.107).

Curiosamente, no entanto, as poucas folhas farrapas que se publicaram entre 1835-1845 não primaram pelo discurso de combate. Segundo *O Americano* (1842-1843), de Alegrete, era "preciso combater os escritores venais do Rio de Janeiro e seus satélites [locais], que desfiguram os atos de nossa gloriosa Revolução e propagam mil calúnias dirigidas a aviltar nosso caráter e a deprimir nosso Governo" ("Prospecto", 24/12/1842).

A verdade, porém, era outra, deixando de lado as desavenças internas entre as lideranças farroupilhas que ajudam a entender essa declaração. Embora de vida efêmera, seu sucessor colocou em termos mais realistas a espécie de ação com a qual a imprensa insurgente de fato se comprometeu:

> O principal objetivo do *A Estrella do Sul* é esclarecer nossos concidadãos acerca de seus direitos e deveres; infundir-lhes o amor à virtude, ensinando as máximas de uma moral pura; propagar doutrinas úteis, dirigir a opinião pública, sustentar a obra da independência; e defender o Governo, enquanto for conduzido pelo bem da Pátria. (*A Estrella do Sul*, Alegrete, 4/3/1843)

Destarte, convém não superestimar o papel da imprensa no seu desencadeamento, como faziam os velhos historiadores. As folhas em circulação serviram para coordenar as estratégias dos conten-

dores, mas não tinham o poder de persuasão suposto pelos interessados em sua censura.

As tipografias constituíam pontos de reunião das facções políticas, que encarregavam seus membros de redigirem os periódicos. Conforme Gramsci (1978, p.276), poderíamos dizer que esses jornais agiam, na sua falta, como verdadeiros partidos, na medida em que partiam deles os projetos de condução da sociedade civil.

Entretanto, essas folhas não chegaram a constituir o fundamento de um jornalismo. A concepção que os criou era uma mera tática, não lhes reconhecia um valor con-sistente. Os periódicos eram simples meios de difusão ideológica, carecendo de entendimento orgânico como parte do campo político. As circunstâncias políticas e não os conceitos jornalísticos determinavam seu nascimento, vida e morte. A prova disso é a relativa estagnação da atividade periodística após a guerra civil de 1835.

Na verdade, as forças políticas proporcionaram o surgimento das tipografias para fazerem suas publicidades, mas logo são as tipografias que publicam seus próprios jornais e os dispõem às forças políticas.

As tipografias concorriam pelos favores oficiais. O Estado constituía a principal força política, para quem se estava sempre pronto a prestar serviço. A publicação dos comunicados oficiais e dos atos da administração envolvia diversos conflitos entre os tipógrafos, servindo de pretexto para os preteridos na escolha se colocarem à disposição das facções políticas em oposição ao governo.

Por outro lado, o Estado explorava a venalidade da imprensa, mantendo significativo controle da publicidade e da opinião pública, através dos chamados "auxílios" e "subsídios". Durante a segun-

da gestão de Soares Andréa na presidência da Província, por exemplo, os cofres da polícia distribuíam periodicamente a quantia de 50 mil-réis aos redatores d'*O Correio de Porto Alegre*, *O Mercantil*, *O Rio-Grandense* e do *Diário do Rio Grande*. A fase de formação do jornalismo gaúcho, que se estende até o terceiro quartel do século passado, se caracteriza por essa situação, em que havia mais testas-de-ferro do que jornalistas.

Os homens de imprensa da época não são os políticos, mas os donos de tipografias, artesãos urbanos que reúnem em si as funções de proprietários e diretores de jornais. A montagem de uma oficina não exigia grande capital, relativamente fácil de levantar entre a classe política. A tecnologia era primitiva, podendo editar-se um jornal com velhos prelos de madeira, movidos manualmente, e material tipográfico de segunda mão, comprado no Rio de Janeiro.

Precariedades de todo o tipo faziam parte da vida cotidiana da imprensa gaúcha nos seus primórdios. *O Constitucional Rio Grandense*, de Porto Alegre, por exemplo, parou de circular com a quebra de sua caixa tipográfica. Fundado em 1845, o *Rio Grandense*, folha diária da cidade do mesmo nome, morreu com o proprietário, 13 anos depois, após, segundo consta, ter lançado o folhetim de pé-de-página na Província.

As tipografias eram negócio de artesãos especializados, que, muitas vezes, ascendiam à condição de pequenos empresários urbanos, passando a fazer parte da pequena burguesia. Os documentos registram grande número de trabalhadores assalariados que, sabendo tirar proveito das circunstâncias, montaram seu próprio negócio e lançaram seus periódicos em várias cidades da Província.

Embora invertendo a ordem que nos parece a mais correta de ser observada entre redatores e artesãos, Abeillard Barreto (1986, p.15) nota com justiça que foi

> admirável a devoção dos periodistas da época, que redatavam as notícias, selecionavam a transcrição, revisavam as provas, gerenciavam a tesouraria e a distribuição da folha e, em alguns casos, faziam mesmo às vezes de tipógrafo, para manter acesa a flama jornalística que os abrasava, sem que em muitos houvesse sequer uma remuneração mínima a seus serviços, sob outra face, igualmente, sem a necessária renovação ou modernização do material tipográfico, quando não a troca de antigos prelos de madeira, a serem substituídos por mais avançados, de ferro.

Apenas como exemplo, podemos citar o caso do *Diário do Rio Grande*, que possuiu um dos primeiros prelos de ferro da região, fabricado na própria cidade, e só veio a conquistar projeção provincial após ser adquirido por Antônio de Bettancourt e Silva ao deputado provincial conservador Antônio José Caetano, que o havia fundado em 1848.

Ainda em 1861, era forte a presença cultural e intelectual da classe tipográfica, como prova a criação do jornal *O Artista*, fundado por um grupo de operários saídos das diversas tipografias da cidade do Rio Grande (Alves, 1998, p. 228-298 e 320-388). Paisagem distinta só seria visível de modo mais nítido a partir de 1870, quando a categoria começou a se organizar como segmento assalariado, fundando a Sociedade Tipográfica, em Porto Alegre.

A trajetória de vida de alguns desses homens resume bem a natureza e as características do jornalismo do século passado. Claude Dubreuil, compositor de nacionalidade francesa, introduziu a arte tipográfica na Província em 1827. Logo, montou

seu próprio negócio, ligando-se sucessivamente às diversas facções políticas em luta, às vésperas da Revolução Farroupilha. Entre seus vários jornais, destacou-se o *Sentinela do Sul*, publicado em Porto Alegre entre 1831 e 1836.

O *Sentinela* tomou posição contra os farroupilhas, notabilizando-se por uma linguagem agressiva e virulenta. Dubreuil sofreu em conseqüência disso um atentado a bala em 1832. Nessa conjuntura, lançou paralelamente um periódico ainda mais sectário, de nome *O Pobre*. Em 1834, acabou preso e processado por abuso de linguagem, mas teve a sentença suspensa. Com a deflagração do movimento revolucionário farroupilha, foi deportado da Província pelo novo governo, transferindo seu jornal para o Rio de Janeiro. Em 1836, retornou à cidade, lançando uma folha legalista, mas sectária, chamada *O Artilheiro*.

O Artilheiro fomentou o revanchismo entre as fileiras legalistas, chegando ao ponto de estabelecer uma distinção entre os moderados e os *puros*, que acabou criando sérios embaraços à política de contemporização de alguns presidentes da Província. Em 1838, seu estabelecimento foi atacado por elementos de uma tipografia adversária, com respaldo das autoridades, e sua publicação teve de ser suspensa.

Dubreuil não se curvou, lançando em seguida novos periódicos, todos contrários aos esforços de negociação com os farrapos. Em 1841, tramou uma sedição contra o presidente Álvares Machado, mas acabou preso e deportado da Província. De retorno, após o final da guerra civil, reencetou suas atividades, ligando-se então aos grupos liberais, mas sempre com postura radical. Em 1851, na conjuntura da primeira intervenção brasileira no Prata, foi

finalmente deportado do País, após ter impresso violento artigo contra o presidente da Província, escrito pelo diretor da última folha que editou (*O Farol*), Câmara Júnior.

A carreira desse personagem pode surpreender hoje, mas não constituía coisa rara no século passado. A sobrevivência do negócio tipográfico dependia de suas ligações com a práxis política, a ponto de haver uma confusão entre esta e a publicação de periódicos. Os tipógrafos não tinham residência fixa, mudavam-se de lugar para lugar, criando jornais uns em seguida dos outros, sem orientação política predefinida, ditada apenas pelas circunstâncias do momento e as oportunidades do negócio.

Cândido Augusto de Mello exemplifica bastante bem essa imprensa. Em 1851, lançou o primeiro jornal da florescente cidade de Pelotas, *O Pelotense*. Posteriormente, transferiu-se para a região da fronteira, tendo publicado jornais em Jaguarão. Em 1858, o Partido Liberal Progressista chamou-o a Porto Alegre, onde montou oficina e fez publicar *O Conciliador*. Em 1860, retornou a Pelotas. Ali, tentou lançar um periódico noticioso e uma folha de anúncios, mas fracassou, resolvendo procurar melhor sorte no Rio de Janeiro.

O perfil dos pioneiros do jornalismo gaúcho pode ser compreendido citando-se ainda, entre tantos, o exemplo de Izidoro P. de Oliveira. Em Pelotas, fundou e dirigiu vários jornais, que colocou a serviço das mais diversas facções políticas. Em 1860, foi processado e preso por crime de imprensa. No ano seguinte, introduziu a imprensa em Bagé, onde publicou *A Aurora* e *O Bageense*. Durante a Guerra do Paraguai, alistou-se no exército nacional e se envolveu na frente de

combate, de onde enviava correspondência para os jornais do Rio Grande. Faleceu na batalha de Curupaiti, em 1866.

As raízes do jornalismo rio-grandense estão ligadas a homens como esses, que souberam compreender a demanda das facções políticas por meios de difusão e propaganda para desenvolverem o negócio da publicação de jornais e periódicos. Porém, em que pese sua contribuição para essa história, convém chamá-los de jornalistas com ressalvas. De fato, esses homens, como seu próprio tempo, não tinham um conceito preciso de jornalismo, restringiam sua atividade à direção dos periódicos, confundiam as práticas editoriais com prestação de serviços gráficos e assim reduziam o periodismo à transmissão de conteúdos com os quais propriamente não tinham preocupação.

> Os jornais dos primeiros 25 anos da imprensa sul-rio-grandense tinham escassa matéria de redação [...] Pouco ou nenhum espaço se reservava à divulgação de notícias sobre a vida da comunidade. [...] Notícias, mesmo, se cingiam, em alguns, à chegada de navios ao porto de Rio Grande. (Vianna, 1977, p.35)

Os jornais serviam basicamente para a veiculação de literatura política. A redação, no sentido moderno, era desconhecida. As matérias eram elaboradas fora do contexto do jornal, cujos responsáveis simplesmente paginavam, acrescentando, quando fosse necessário, alguma nota. O resto do espaço era preenchido com pequenos anúncios e transcrições da literatura corrente.

Enfim, a figura do *jornalista* ainda não tinha estatuto definido. O emprego da expressão não era comum, prevalecendo até meados do século a de *escritor público*, mais adequada ao cunho político-literário do jornalismo da época. A função des-

se personagem, de resto, está bem definida num editorial de 1846:

> O escritor público não deve se limitar a ser mero correio de notícias; porque a missão da imprensa é mais nobre e útil que essa. O escritor público é o canal do povo; e assim como o povo lhe presta auxílio e acolhimento, assim ele se desvela mais em instruí-lo e moralizá-lo (*O Rio-Grandense*, Rio Grande, 21/3/1846)

Luis Rossetti, primeiro redator da folha farroupilha de maior longevidade, *O Povo* (1838-1840), costumava afirmar que, embora os leitores não vissem com bons olhos, era necessário falar "sobre as suas questões e, junto, das doutrinárias". A polêmica ideológica e o comentário cotidiano não bastavam para sustentar um jornal que se pretendia, acima de tudo, educativo e que, por isso, "não se pode(ria) fazer só com notícias, que são filhas do momento" (Rossetti citado por Bones, 1996, p.105 e 109).

O jornalismo ainda não havia formado, portanto, seu próprio conceito, confundindo-se com a noção de literatura pública, de finalidade moral e política.

O TEMPO DOS PASQUINS

Os *pasquins*, que caracterizaram a imprensa brasileira no século passado, são a melhor expressão desse *jornalismo*. A falta de ligação orgânica das forças políticas com os jornais favorecia a falta de responsabilidade com os conceitos externados e uma série de excessos de linguagem, até porque quem respondia pelos crimes de imprensa não eram os verdadeiros redatores da matéria, mas os diretores da publicação. Para esses, por sua vez,

não havia escolha, seu destino estava ligado diretamente ao curso do processo político, traduzido nas páginas de seus pasquins como verrina e polêmica pessoal.

Conforme nota Werneck Sodré (1977, p.194):

> A época não permitia divergências e competições estritamente acadêmicas, colocadas em nível isento de paixões. O que se pretendia, além de prova de excelência do que se pregava, era o esmagamento do adversário, a destruição do oponente. Buscava-se o poder, o exercício da função pública, para melhor servir a idéias ou interesses que se podia disfarçar como patriotismo, segundo o ponto de vista das facções, mas que ocultavam largos interesses pessoais, ameaçados e ameaçadores, repontando em ataques e revides em que todos os processos serviam [...] As citações, os nomes conhecidos, os princípios surgiam como elemento acessório, disfarçavam os limites da competição imediata, quando a urgência do interesse privado fazia pôr de lado os escrúpulos e as cerimônias [...] Os aspectos sociais eram tão absorventes, confundiam tanto as personagens, ainda mais as eminentes, impregnavam de tanta paixão o ambiente, que passavam a primeiro plano.

O Rio Grande do Sul conheceu diversos e célebres pasquineiros; não sendo possível tratar aqui de todos eles, consideramos bastante citar o exemplo do famoso "Carijó". Pedro Bernardino de Moura começou sua carreira com uma folha do mesmo apelido em Rio Grande, 1854. Mais tarde, introduziu a imprensa em Jaguarão. Ali, colocou-se a serviço das facções oposicionistas, passando a sofrer violenta perseguição e mesmo um atentado a bala, no centro da cidade, em 1857. O *Echo do Sul*, que lançou nesse mesmo ano e permaneceria em circulação até a década de 30, ganhou na época o título de "nojento guardanapo", em função dos artigos virulentos e carregados de acusações pessoais que continha. Os seus excessos levaram à suspensão judicial do jornal em 1858. O *Carijó* transferiu-se,

então, para Rio Grande, porém, acabou processado e preso durante vários meses em 1860. Posteriormente, não se reformou; entretido em várias polêmicas e processos de crime de imprensa, manteria a reputação de pasquineiro até sua morte, em 1881.

Na segunda metade do século, os pasquins entraram em declínio, com o preenchimento de suas funções pelas folhas político-partidárias. Nesse contexto, porém, suas manifestações se radicalizaram ao máximo, como sugerem os juízos dos contemporâneos. Nas palavras de Alcides Gonzaga (1945, p.216):

> O pasquim era o recurso desesperado a que se agarravam políticos de baixa extração, impotentes para vencer à luz meridiana, e malfeitores que, temerosos de uma luta com superiores na escala social ou inimigos, solapavam-lhe a honra e a boa fama, na desventura de não poderem vencer pela luta real. Havia ainda os que pasquinavam por dinheiro ou vingança.

Na época, os pasquineiros tornaram-se célebres pelos ataques morais e pelos abusos de linguagem, que criavam desavenças na comunidade e levantavam a raiva das autoridades. A freqüência aos juizados municipais e a perseguição policial eram fatos cotidianos para esses homens, que acabariam entrando para o folclore do jornalismo.

> O jornalismo rio-grandino [por exemplo] caracterizava-se [então] por uma etapa de ampla diversificação e especialização em seus periódicos e, ao lado dos jornais mais perenes e estáveis, em circulação já há significativo espaço de tempo, eram publicadas [sic] uma série de pequenas folhas, normalmente de curta duração cronológica e publicação/distribuição irregulares. [Porém] ao passo que as publicações diárias se viam na contingência de buscar conciliar a expressão de suas filiações ou simpatias partidárias com seu papel informativo/noticioso e com seus interesses de sustentação liga-

> dos à necessidade de venda de assinaturas e colocação em suas páginas de material publicitário, as pequenas folhas, apesar de instáveis e, muitas vezes, precárias condições de sobrevivência, deixavam de lado o caráter informativo e dedicavam-se, essencialmente ao jornalismo crítico-opinativo [com todos os seus excessos]. (Alvez, 1998, p.694)

Valério da Costa Ferreira, tipógrafo, diretor e redator d'*O Trovão* (1863), por exemplo, tornou "sua oficina uma fortaleza, um ponto pequeno, capaz de resistir a um sítio prolongado" (Porto Alegre, 1940, p.122). Marcos Menezes de Castro, o "advogado dos pobres", não se cercou das mesmas garantias quando resolveu publicar *A Tribuna*, em 1882. Em conseqüência disso, suas oficinas foram destruídas e incendiadas em outubro do mesmo ano por populares conduzidos por um secretário da presidência da Província. Pagando o preço de suas sátiras e charges da administração, feitas com motivação venal, pelo que consta, o jornal "morreu por combustão", segundo a ironia de um contemporâneo.

Os pasquins conviviam regularmente com a violência, na medida em que constituíam uma espécie de violência aos conceitos de jornalismo em ascensão durante o século passado. De fato, dizia-se pouca coisa positiva dos mesmos:

> A liberdade nas mãos desses falsos e enfezados amigos da liberdade, que eles a todo o momento trucidam é o lupanar da hediondez mais viciosa! [...] É o instrumento aguçado do ódio e das vinganças! Tropicam com ela, vendem-na e, praticando as ações mais vergonhosas e descomedidas, têm o desfaçamento e pouca delicadeza de se chamarem *mártires da liberdade, da pátria, amigos do povo*, etc., etc. (*Diário do Rio Grande*, Rio Grande, 3/6/1860)

O princípio liberal da liberdade de imprensa constituía o horizonte dominante do jornalismo da época, mas se encontrava em contradição com o estágio de desenvolvimento dos jornais e a explora-

ção da imprensa feita pela classe política. Em conseqüência disso, os homens de imprensa levavam uma vida perigosa, sujeita às violências dos adversários políticos e às pressões policiais. Os processos criminais, a condenação a penas de prisão, os atentados a bala, o empastelamento de jornais e a destruição de tipografias tornaram-se, por isso, característicos do processo de formação do jornalismo no Rio Grande do Sul.

Os riscos resultantes dessa situação para a própria manutenção do princípio da liberdade de expressão foi um dos fatores que provocaram o surgimento progressivo de um conceito político-partidário de jornalismo na segunda metade do século 19. A pasquinagem foi-se tornando cada vez mais problemática, enquanto o sistema partidário consolidava-se como base do regime de governo do País, na medida em que ela podia servir de pretexto para a degeneração deste próprio regime. Comentando as violências cometidas contra um dono de jornal, o redator de uma folha notava: "Há o crime comum e o crime político. Se principiarmos a matar por opiniões políticas, adeus Constituição, adeus garantias individuais, adeus Instituições (*O Liberal Jaguarense*, 2/9/1857).

Nessa época, porém, completou-se uma mutação política no País. A consolidação do regime monárquico constitucional e do sistema parlamentarista de governo regularizou o modo de circulação das elites no poder, contribuindo para a progressiva transformação das facções políticas em embriões de partidos. Nesse contexto, os políticos começaram a desenvolver relações orgânicas com a imprensa, no interior das quais se formou o conceito de jornalismo político-partidário, que predominaria até a década de 30.

Folhas ilustradas (século 19). Com os progressos tecnológicos introduzidos nas tipografias provinciais, começaram a surgir várias folhas ilustradas, que fizeram da sátira social seu principal tema de publicidade. A *Sentinela do Sul,* pioneira delas, foi publicada, quinzenalmente, entre 1867 e 1868. *O Século*, que tornou-se a de maior longevidade e renome, principalmente pelo seu engajamento na causa abolicionista, circulou de 1880 a 1893.

O JORNALISMO POLÍTICO-PARTIDÁRIO

A MUTAÇÃO DO REGIME JORNALÍSTICO

O surgimento do jornalismo político-partidário gaúcho, no terceiro quartel do século passado, está ligado ao processo pelo qual a classe política transformou a imprensa em agente orgânico da vida partidária. Após a revolução, não foram poucos os tipógrafos que conquistaram cargos políticos, de modo que logo a propriedade de um jornal se tornou meio de ascensão política. A consolidação dos partidos políticos que se esboçou nessa época paulatinamente institucionalizou essa prática.

Os partidos encarregaram-se de montar suas próprias empresas e lançar periódicos pelos quais assumiam inteira responsabilidade. Nesse contexto, surgiram as redações, os jornais começaram a ter uma organização editorial e se consolidava a racionalidade em seu funcionamento. Os políticos foram progressivamente tomando o lugar dos tipógrafos na função social de jornalistas.

Essa transição pode ser melhor visualizada considerando-se a trajetória de Carlos von Koseritz. Koseritz, emigrado alemão que teve significativo papel no panorama político-intelectual rio-grandense no século passado, montou uma tipografia na cidade de Pelotas, em 1858. O *Brado do Sul*, que publicou durante mais de três anos, não se distinguia, em termos jornalísticos, das folhas lançadas à época, tendo servido aos liberais em função das circunstân-

cias e das estratégias de cooptação determinadas então pelo campo político.

Posteriormente, Koseritz transferiu-se para Porto Alegre, onde montou empresas que serviram tanto aos conservadores quanto aos liberais. Na capital, porém, havia se envolvido com os problemas da comunidade alemã, passando a conceber o projeto de sua integração ativa na sociedade política rio-grandense. Em função desse projeto, tornou-se somente jornalista, passando a militar organicamente, nessa condição, no partido dos comerciantes alemães e no Partido Liberal.

Koseritz é apenas um exemplo; como ele, foram dezenas a seguir esse tipo de trajetória, que nem sempre, diga-se de passagem, levava à separação absoluta entre as funções de propriedade e direção/redação do jornal, principalmente no interior do Rio Grande do Sul. Entre tantos casos, mereceriam estudos particulares: Eudoro Berlinck, Arthur Lara Ulrich e João José Cesar. Porém, na passagem do século, firmou-se também um tipo de carreira diversa, ligada à própria burocratização da vida partidária, pela qual a dedicação ao jornalismo servia de meio para a profissionalização como político, podendo citar-se, entre dezenas, os nomes de Pedro Moacyr, Pinto da Rocha e Wenceslau Escobar.

De qualquer modo, o jornalismo ganhou, com a forma político-partidária, um conceito, tornando-se meio de formação doutrinária da opinião pública, cujos termos e medida dependerão de cada partido. A definição do conceito e do papel do jornalista na sociedade também se verificou nessa conjuntura, conforme se pode ler nas publicações da época.

> É necessário falar todos os dias, atacar os homens sem temer de elevar-nos à sua altura ou de descer às suas baixezas; durante as sessões da Câmara, analisar os projetos de

leis, elaborá-los para se fazer sentir sua importância, preparar o trabalho do Parlamento; e falar e falar ainda sem cessar quando a tribuna descansa e está silenciosa; colher matéria em nossas próprias idéias quando os acontecimentos são monótonos e os povos imóveis, trazer sempre o mesmo fardo, usar suas forças, devorar sua vida, violentar sua inteligência para torná-la suficiente a um trabalho que renasce todos os dias – eis aí o rochedo que move o jornalista. (*Brado do Sul*, Pelotas, 28/11/1860)

Na verdade, o jornalismo político-partidário desenvolveu a concepção de que o papel dos jornais é essencialmente opinativo, visa veicular organizadamente a doutrina e a opinião dos partidos na sociedade civil. Os jornalistas são os responsáveis pela tarefa de transmitir de forma criteriosa a doutrina dos partidos e dirigir a opinião pública. A perspectiva não se limita a reconhecer o papel dos jornais no processo de formação da opinião pública, postulando sua organização para o exercício de um papel dirigente, porém concorrente com o das demais folhas, no movimento da esfera pública. Logo, o jornalismo passou a se organizar em função da "tarefa ingente de dirigir a opinião nacional" (*A Gazeta de Notícias*, Porto Alegre, 1/1/1886).

O contexto mais amplo que possibilitou esse processo encontra-se no ciclo de desenvolvimento agrícola e comercial que transformou a estrutura econômica a partir de 1860. Nessa época, a zona colonial começou a comandar um processo de crescimento econômico que fomentou um aumento demográfico e a geração de riquezas que serviriam de base, depois, para o surgimento das primeiras indústrias e a modernização da sociedade rio-grandense nas primeiras décadas do século 20.

O ciclo favoreceu naturalmente o desenvolvimento da imprensa. Os jornais foram aos poucos perdendo seu caráter artesanal e passando à fase da ma-

nufatura, baseada na tecnologia da máquina a vapor, com conseqüente melhoria na qualidade gráfica. As tiragens aumentaram e muito, passando à média de 2 mil exemplares, e o próprio formato adquiriu as dimensões do moderno jornal *standard*. Os serviços de correio e a melhoria nas estradas permitiram, por sua vez, uma distribuição maior e mais eficiente dos jornais. Por fim, conforme se pode ver no quadro a seguir, o número de publicações em circulação entrou em fase ascendente.

Porém, o jornalismo continuou sendo uma atividade precária. Os leitores eram limitados pela falta de escolarização, pelo baixo poder aquisitivo e pelo próprio sistema escravista vigente até 1888. A montagem de uma tipografia e o lançamento de um periódico não era tarefa difícil, mas o custo de manutenção das publicações era relativamente alto. As despesas com papel, matéria-prima importada, mão-de-obra (composta por trabalhadores assalariados e especializados) e o porte de circulação gravoso prejudicavam a sustentação dos jornais.

As tiragens não acompanharam o crescimento da população. Durante o século passado, a média de 400 exemplares por edição, verificada nos primeiros tempos, quintuplicou, passando para cerca de 2 mil, em 1900. Porém, no mesmo período, a população aumentou 10 vezes o seu número, passando de aproximadamente 110 mil, em 1830, para 1.149.070, em 1900. As publicações dependiam de um número mínimo de assinantes para se manterem; após o lançamento, os jornais tinham um prazo médio de um mês para conseguir essas assinaturas, caso contrário, fechavam suas portas.

Finalmente, os recursos provenientes da publicação de anúncios eram pequenos. Os jornais não existiam ainda para os anunciantes, antes, estes é

que existiam para os jornais. Os pequenos anúncios de negócios de escravos, remédios milagrosos, prestação de serviços e vendas de ocasião não representavam grande receita. O mercado de bens e trabalho ainda era embrionário, regulando-se com base nos contatos pessoais.

Evolução do número de publicações periódicas editadas no Rio Grande do Sul: 1850-1930

Ano	Periódicos	Jornais	Revistas	Diários	Seman.	Mens.
1850	09	09	–	02	07	–
1875	24	22	02	10	12	02
1884	61	56	05	18	11	07
1900	142	95	08	16	46	20
1915	124	195	16	21	56	10
1930	152	125	27	26	49	29

Fontes: (1850) Vianna, 1977; (1875) Souza Martins (*O Rio-Grandense*, Porto Alegre, 16/5/1877); (1884) *Anuário do Rio Grande do Sul de 1885*; (1900) IBGE; (1915) *Anuário Estatístico do Rio Grande do Sul de 1915*; (1930) *Estatística da Imprensa Periódica no Brasil em 1930* – Departamento Nacional de Estatísticas.

Entretanto, as preocupações econômicas não estavam na ordem do dia. A manutenção dos periódicos não constituía um problema financeiro, mas um problema político. O lançamento dos jornais não visava ao lucro mercantil, mas à doutrinação da opinião pública. As páginas dos jornais não somente constituíam um prolongamento da tribuna parlamentar, mas meios de articulação partidária do movimento da sociedade civil.

O papel desempenhado pela imprensa na chamada questão servil é uma prova disso. A questão se tornou viva na Província nos primeiros anos da década de 1880. A campanha abolicionista começou, aliás, com as críticas à própria cobertura do sistema escravista dada pelos grandes jornais da época. *A Voz do Escravo*, folha pelotense que esteve na vanguarda do movimento abolicionista, comentava o seguinte:

> Compra e venda de escravos, fuga de escravos, barbaridades cometidas contra escravos, eis os artigos ou anúncios que ocupam quase sempre um lugar de destaque em nosso jornalismo; entretanto, é pelo jornalismo que se conhece o adiantamento moral de um povo. (*A Voz do Escravo*, Pelotas, 30/6/1881)

Em seguida, a campanha foi assumida pelos jornais noticiosos, com as diversas folhas reivindicando o pioneirismo do movimento, a ponto de entrarem em polêmica, como foi o caso daquela entre *Jornal do Commercio* e *O Mercantil.* Em 1883, este último, não obstante, chegou a criar uma *caixa libertadora*, destinada a arrecadar fundos para as alforrias, que foi copiada por várias outras da Província. Porém, a fase quente da campanha começou quando as folhas partidárias se engajaram na discussão do problema e na própria campanha. Conforme nota Fernando Henrique Cardoso (1978, p.230):

> A luta pela abolição chegou a atingir os tribunais, mesmo antes de 84, que galvanizou a opinião pública que se organizava e agia não exprimindo apenas o ponto de vista dos charqueadores, exportadores e estancieiros: do movimento abolicionista participavam gráficos, alfaiates, sapateiros, funileiros, etc. e representantes da pequena-burguesia urbana, para os quais o abolicionismo era sentido como grande movimento humanitário do século e que dele participavam por impulsões diferentes daquelas que moviam os emancipadores e os interessados na intensificação da onda de imigrantes.

Em função disso, a dinâmica da questão passou a depender basicamente do debate pelos jornais. As suas páginas e escritórios se colocaram a serviço ou crítica da causa, mobilizando a sociedade civil.

A questão servil ganhara autonomia dos partidos na esfera pública, forçando os jornais a agirem como partidos, de modo que não constitui exage-

ro dizer que foram responsáveis em grande parte pela massa de alforrias verificada em 1884.

A *Gazeta de Alegrete*, a *Gazeta Pedritense* e diversos outros jornais liberais fundaram clubes de emancipação, levantando fundos e movendo campanhas de alforria através de suas colunas. Em Porto Alegre, *O Século*, folha ilustrada de grande receptividade pública, promoveu e organizou a quermesse que libertou a escravaria da capital, em 1884. A questão servil entrara afinal na dialética da esfera pública, cujo direcionamento foi obra em grande parte da imprensa, na medida em que sua própria sobrevivência passou progressivamente a depender do reconhecimento daquele movimento.

Gouldner (1978, p.135) explica o problema, chamando atenção para o fato de que:

> Entre a posterior difusão de um movimento social e a anterior formulação de uma ideologia se produz a organização de um jornal. No período de consolidação da época burguesa, ele era freqüentemente instrumento dos partidos; e freqüentemente eram os partidos mobilizados pelos jornais. O partido moderno, que é a *organização* estável de quadros e a elite de um movimento social, foi promovido pelo jornal.

No Rio Grande do Sul, o surgimento do jornalismo político-partidário foi promovido por *A Reforma*, órgão do Partido Liberal. Fundado em 1869, apresentou-se ao público como folha doutrinária, estabelecendo que "não dará publicidade a escritos que, embora não ofendam as regras que indica (dignidade, verdade e decência), tratarem de interesses e questões pessoais". Nessa tomada de distância dos pasquins, definiu como sua missão "refletir sobre as questões afetas ao modo de viver político e administrativo e ao complexo da organização social" (*A Reforma*, Porto Alegre, 16/7/1869).

A folha comandou o processo de montagem e organização do Partido Liberal. Silveira Martins, líder do partido, foi seu principal diretor nessa época. Na República Velha, desempenhou significativo papel na articulação do Partido Federalista, que sucedeu ao Liberal. Nesse período, chegou a tirar edições de 20 mil exemplares, distribuídas gratuitamente por todo o Estado. Em 1892, seus responsáveis não obstante tiveram de fechar o jornal devido à falta de garantias e à pressão policial movida pelo regime castilhista. Retomando sua publicação em 1896, não conseguiu recobrar o prestígio do período pré-revolucionário, mas manteve o papel de liderança na imprensa liberal da época. No princípio do século, transferiu seu trabalho de arregimentação política para a zona sul, passando a ser publicada, sucessivamente, em Rio Grande (1904) e Pelotas (1906). Em 1911, retornou à capital do Estado. Porém, não era senão um símbolo das lutas pela liberdade de expressão sustentadas pelos setores de oposição ao governo durante o período de supremacia do Partido Republicano. As tiragens eram baixíssimas e a folha acumulava prejuízos no auge do regime castilhista. A direção resolveu então suspender a publicação no ano seguinte, "por ordem dos poderes superiores de federalismo rio-grandense".

O cuidado em não sobrecarregar o texto desaconselha a recapitulação das dezenas de folhas político-partidárias lançadas em todo o Estado desde o surgimento d'*A Reforma*. Porém, não podemos deixar de mencionar alguns títulos, que tiveram grande importância na vida pública gaúcha até a década de 1930. *O Conservador*, folha publicada pelo partido do mesmo nome, sustentou a doutrina da agremiação de 1879 até a proclamação da República. O *Diário de Pelotas* (1867-1889) desempe-

nhou papel de liderança entre os liberais da zona sul do Estado. O *Diário do Rio Grande* (1848-1911) e o *Echo do Sul* (1856-1937), da mesma cidade, além da longevidade jornalística tiveram significativa participação no leque das folhas de oposição durante a República Velha.

Nesse último período, notabilizaram-se ainda jornais oposicionistas como *O Maragato* e o *Correio do Sul*. O primeiro foi um trissemanário fundado e dirigido por Rodolfo Costa, em Rivera (Uruguai). O *Correio*, diário bageense que circula até hoje, foi fundado por Fanfa Ribas, em 1914. O Partido Republicano foi responsável, também, pelo lançamento de diversos jornais importantes durante essa época. Entre eles, merecem citação o *Diário Popular*, *A Fronteira* e *O Dever*. O *Diário*, folha independente comprada pelo partido no final do século passado, circula até hoje em Pelotas. *A Fronteira* foi publicada em diversas cidades da região do mesmo nome pelos jornalistas da família Prunes de 1895 a 1916. *O Dever* liderou os republicanos bageenses entre 1907 e 1937. Porém, a folha que pontificou não apenas na imprensa republicana, mas no próprio panorama do jornalismo político-partidário rio-grandense foi *A Federação*.

A Federação resumiu de fato o modelo do jornalismo político-partidário vigente no Rio Grande do Sul até o Estado Novo. Lançada em 1884, a folha teve significativo papel na articulação do movimento republicano da Província, assumindo desde o princípio o cunho de órgão de combate e propaganda. A empresa foi constituída mediante subscrição feita pelos membros do partido e a direção do jornal terminou confiada a Júlio de Castilhos.

Castilhos, orador medíocre, mas especialista no manejo da pena, criou novas concepções jornalís-

ticas, principalmente o conceito prático de que a imprensa não precisa limitar-se a registrar os acontecimentos políticos, pois pode modificar seu curso. As conjunturas de crise política e social fomentam movimentos de opinião contraditórios e a receptividade do público, criando espaço para intervenção doutrinária da imprensa. O jornalismo não é uma força passiva, embora partidariamente engajada, do processo de formação da opinião pública, mas um fator ativo de modelagem pública da própria opinião.

De acordo com essas concepções, que logo se generalizaram na imprensa da época, a folha por ele dirigida desempenhou significativo papel no processo de abolição da escravidão e, depois, foi protagonista central da chamada "Questão Militar". Durante a República Velha, o jornal se tornou porta-voz oficial do governo do Partido Republicano Rio-Grandense – PRR. *A Federação* constituía, então, a correia de transmissão da política governamental, facilitando as articulações partidárias numa época em que eram difíceis as comunicações. Conforme salienta um contemporâneo:

> Não era um jornal como os outros, feito todas as tardes no tumulto da improvisação. Era a página cotidiana de um alcorão partidário, elaborada com cuidados religiosos liturgicamente, de caso pensado. O artigo de fundo submetia-se, antes de composto, ao chefe do Partido, o qual às vezes o devolvia emendado; outras com aplausos e louvores do próprio punho. (Fontoura, 1958, p.26)

A folha tinha um papel fundamental na construção e manutenção da nova hegemonia, guiando-se ideologicamente pela tradução castilhista do positivismo comtiano. Para Borges de Medeiros, era "o regime e o método do Governo do Partido Republicano". No auge do regime, na segunda dé-

cada do século, o jornal chegou a tirar 10 mil exemplares, procedendo a reformas gráficas e editoriais que modernizaram seu jornalismo.

Porém, depois, na década seguinte, a folha entrou em decadência, acompanhando o próprio declínio do Partido. As subvenções oficiais começaram a aumentar e o jornal, tirando edições cada vez menores, a se descaracterizar, assumindo um discurso eclético, que, de certo, não suprimiu a importância da publicação, mas reforçou o conceito de diário oficial. Na década de 1930, *A Federação* passou a órgão oficial do Partido Republicano Liberal. Em 1937, o Estado Novo, recém-proclamado, extinguiu o jornal através de ato oficial.

POLÍTICA E VIOLÊNCIA

Os jornais político-partidários tinham significativa participação no trabalho de organização das forças políticas, constituíam clubes que serviam de centros de reuniões partidárias, nas quais se elaborava a doutrina. Conforme um editorial da época:

> O aparecimento d'*A Democracia* significa o trabalho elementar da organização de um partido [...] A nossa primeira e movimentosa tarefa é doutrinar. (*A Democracia*, Porto Alegre, 5/11/1872)

Os periódicos formavam lideranças e criavam o consenso partidário; permitiam aos partidos intervirem homogeneamente na esfera pública; sustentar as campanhas eleitorais e criar um espaço comum de discussão dos problemas da sociedade civil. Na verdade, os conflitos pela supremacia na cena política, que reproduziam em particular as lutas das facções dominantes pela hegemonia, não apenas se duplicavam em polêmicas pela impren-

sa como se constituíam em conflitos de imprensa. "O jornalismo é o melhor, o mais profícuo, posto de combate do político", dizia o *Franco Atirador* (Porto Alegre, 1/11/1885).

O papel dos jornais era por demais importante nos períodos de campanha eleitoral, na medida em que, não havendo na época as facilidades de hoje, constituíam-se, ao mesmo tempo, para superar as dificuldades de comunicação, e manter a unidade do partido. A sobrevivência das candidaturas dependia da publicidade sustentada pelos periódicos, controlados pelas cúpulas partidárias, que assim continham as tendências dissidentes da agremiação.

Durante as campanhas, formavam-se verdadeiros blocos de jornais por todo o Estado. O número de folhas em circulação se multiplicava, muitas delas distribuindo-se, gratuitamente, entre a população; porém, passadas as eleições, elas logo desapareciam. Na campanha à presidência estadual de 1907, por exemplo, surgiram cerca de 12 novos jornais, que circulavam, em média, um ano; na campanha de 1922, esse número caiu para 10, mas revelou a persistência do fenômeno.

No caso das eleições municipais, não era raro os jornais lançados pelo partido vencedor manterem sua publicação durante a nova gestão, como órgãos oficiosos do governo. Porém, a regra desses periódicos era a transitoriedade; não havia grande espaço para o amadorismo político. Os partidos dispunham de seus órgãos regulares, mantidos cada vez mais por pessoal profissionalizado nesse tipo de jornalismo, dominante na época.

Por outro lado, convém notar que a regularização do jornalismo político na forma partidária não significou o fim da violência nesse campo da práxis social. Na verdade, essa violência parece ter au-

mentado a partir da supracitada regularização, eis que houve o estabelecimento de uma relação orgânica entre a imprensa e a política, principalmente depois da proclamação da República.

A progressiva superação da pasquinagem pelo jornalismo político-partidário, em meados do século passado, havia contribuído bastante para a valorização do princípio da liberdade de expressão e a redução das manifestações de violência contra a imprensa. Nos últimos 20 anos do Império, conta-se no máximo 5 atentados políticos cometidos contra jornais e jornalistas no Rio Grande do Sul. À proclamação da República, em contraponto, seguiu-se um período extremamente difícil para o exercício do jornalismo, em especial para as folhas de oposição ao governo.

> A República, que fora um sonho para a inquieta geração de 89, uma vez instaurada no País, virou pesadelo para muita gente boa, especialmente para os homens do prelo que, sob o novo regime, se viram forçados repentinamente a refrear seus ímpetos e a contar até dez, no mínimo, antes de dar expressão ao pensamento e ao curso das idéias. (Ferreira, 1962, p.144)

Os conflitos políticos verificados nesse período não se limitaram ao espaço de discussão fornecido pelas páginas dos jornais, prolongando-se em conflitos e lutas contra a própria liberdade de imprensa. Assim, não surpreende que as forças em luta na cena política não descartem de suas táticas a violência contra o jornalismo.

O "regime da rolha", censura policial direta, vigorou como regra durante os 5 primeiros anos do novo sistema de governo, levando à prisão de vários jornalistas. Cerca de 20 folhas foram forçadas a fechar suas portas antes da Revolução Federalista. Na fronteira, diversas publicações tiveram de

transferir seus estabelecimentos para o estrangeiro, fixando-se em Rivera (Uruguai), Artigas (Uruguai), Libres (Argentina) e Alvear (Argentina). Finalmente, as violências chegaram ao assassinato puro e simples, como aconteceu com Felipe Alves de Oliveira, diretor-proprietário de uma folha liberal de Santa Maria, em 1890.

Durante o *governicho*, quando a dissidência republicana momentaneamente tomou o poder, a administração baixou um decreto proibindo o anonimato em qualquer artigo publicado na imprensa, que gerou uma onda generalizada de protestos por todo o Estado. A polícia tinha o poder de tirar de circulação extrajudicialmente os infratores do decreto, totalmente legítimo segundo a folha do partido no governo.

> A polícia não é uma instituição que possa vexar ninguém, principalmente aqueles que cumprem com os seus deveres na sociedade em que vivem [...] A imprensa não deve estar isenta da intervenção da polícia, que no entanto será muito simplesmente evitada desde que se cumpra a razoável exigência da lei. (*O Rio Grande*, Porto Alegre, 26/3/1892)

O *lock-out* da imprensa de diversas cidades e a própria deterioração do governicho inviabilizaram a execução da medida, mas não contiveram a onda de violência em curso naquele tempo. O retorno dos castilhistas ao poder forçou o fechamento de novos jornais, inclusive *A Reforma* (1892).

Durante a Revolução Federalista, a violência se radicalizou de ambos os lados. O governo fechou 10 jornais oposicionistas e diversos jornalistas tiveram de se exilar do Estado. O *Diário de Jaguarão* teve de se transferir para Artigas e a *Gazeta de Itaqui* para Alvear. Por outro lado, cerca de 7 jornais foram destruídos ou tiveram seu material tipográfico empastelado, sendo 4 pelas tropas coro-

nelísticas e 3 pela polícia ou forças do governo. Conforme *A Federação*:

> Quanto mais a peste assolava certa zona da consciência pública, maiores eram nossos esforços em conservar arejado, higiênico o ambiente político, removendo todos os focos de infecção, ora pelo trabalho na imprensa, ora pela ação policial, sempre em último caso empregada. (*A Federação*, 27/3/1894)

O período que se seguiu à guerra civil foi marcado por relativa descompressão política. A resistência dos liberais ao regime castilhista abdicou das armas, concentrando-se nas páginas dos jornais. O Partido Republicano, por sua vez, não poupou medidas para limitar seu campo de ação, recorrendo sistematicamente a diversas formas de censura da apreeensão e queima de edições até a proibição da transmissão e publicação de notícias.

Porém, para garantir o silêncio do adversário político, o principal meio empregado na época era a perseguição policial aos jornalistas e a destruição das oficinas onde se publicavam os jornais. As violências enquadradas no primeiro caso contam-se às dezenas, mas são aquelas do segundo tipo as mais espetaculares, que causaram profunda sensação na opinião pública.

Entre tantos casos, merecem atenção as violências sofridas pelas folhas federalistas da fronteira, *O Canabarro* e *O Maragato*. Em 1897, o estabelecimento do primeiro foi atacado e suas oficinas depredadas; em conseqüência disso, o jornal transferiu-se de Livramento para Rivera (Uruguai). *O Canabarro* e *O Maragato*, que se fundou na mesma cidade nessa época, passaram a circular clandestinamente na fronteira, tendo em vista a falta do selo de correspondência estrangeira exi-

gido pelos correios. Em 1903, comprovada a ineficácia das medidas destinadas a restringir sua influência, foram ambos assaltados na calada da noite, resultando completamente destruído o primeiro, em circunstância na qual foram mortos dois empregados do jornal.

"A continuar nesse ritmo os atentados cometidos contra os jornalistas, eles acabarão deixando de acusar um fenômeno periódico, mas um fato freqüente, perpétuo, vulgar [em nosso meio]" (*O Canabarro*, Livramento, 11/10/1910), dizia o redator de uma das folhas, sem notar o quanto sua declaração naturalizava a violência reinante na esfera pública sul-rio-grandense durante a República Velha.

As concepções jornalísticas dominantes forneciam respaldo para esse tipo de ação, relativamente integrado ao cotidiano da imprensa gaúcha durante a República Velha. Como sintetizava o órgão oficial do partido no governo:

> Quando a idéia que a palavra impressa contém nos escapa, a palavra é uma expressão vazia e não tem razão de ser. A linguagem jornalística, por mais aparatoso que seja o ouropel da sua elegância, sem o pensamento prevalentemente social, altamente altruístico, é um fenômeno mórbido. (*A Federação*, Porto Alegre, 1º/1/1917)

Conforme essa perspectiva "sanitária" dos problemas jornalísticos, não surpreende que as violências militares dos tempos de guerra civil se prolongassem nos tempos de paz como violências políticas contra a liberdade de expressão. No período de auge do domínio republicano, apenas para se ter uma idéia, foram assaltados e destruídos 8 jornais. O *Correio da Serra*, de Santa Maria, chegou a ser atacado duas vezes, seguindo o exemplo d'*O Canabarro*. Em 1918, seu estabelecimento foi destruído por desconhecidos. Quatro

anos depois, sua tipografia foi seqüestrada por asseclas do chefe de polícia da cidade. Embora dois empregados tenham sido assassinados na ocasião, nem assim se conseguiu calar sua voz: o jornalismo político-partidário vivia o cotidiano da violência com espontaneidade.

Na verdade, porém, o fenômeno mais comum nessa época era a censura policial às redações. Os atentados violentos constituíam excessos interioranos, provocados pelas remanescências patriarcais da política local. De fato, o principal expediente empregado era o controle policial, cuja fisionomia está bem retratada no testemunho de um contemporâneo:

> Entre 1912 e 1925, trabalhamos na redação do jornal oposicionista *Última Hora*, dirigido por Hugo Barreto e Niederauer Timm. Trabalhávamos de dia. Ninguém se animava a comparecer à redação à noite, afora os impressores, que praticamente moravam no jornal. Saindo-se da redação, na Rua dos Andradas, via-se de um lado e de outro policiais fardados e disfarçados, em especial na hora de saída do jornal. Eram os primeiros a comprá-los, para o que, muitas vezes, entravam na redação, adquirindo dois ou três exemplares antes de sua distribuição pelos vendedores e bancas. (Walter Spalding, s.d., p.25)

Durante a Revolução de 1923, predominou a violência aberta e sistemática contra a imprensa. Os revoltosos promoveram o fechamento de diversas folhas governistas, chegando em alguns casos a espancar seus redatores e a destruir seus estabelecimentos. Em Quaraí, *O Cidadão*, foi empastelado quando Honório Lemos tomou a cidade; *O Diário Popular*, principal jornal da zona sul, quase foi destruído pelas tropas federalistas, não fosse a intervenção direta do comandante Zeca Neto.

Em compensação, a repressão governamental não poupou medidas para silenciar a imprensa opo-

sicionista, com as autoridades suspendendo a circulação de diversos jornais, entre eles o *Correio do Sul* e *O Maragato*. Em Porto Alegre, *A Democracia*, lançado no calor dos acontecimentos, foi a principal vítima da repressão, sendo sumariamente fechado pela polícia, depois que montou um *placard* de notícias em pleno centro da capital. Em Pelotas, Frediano Trebbi, diretor d'*O Rebate*, foi espancado em via pública e posteriormente baleado pela Brigada Militar. Para fugir dessa situação, vários jornalistas da oposição acabaram se refugiando no exterior, onde se publicou entre outros, *A Liberdade*, semanário de André Carrazoni.

As violências não desapareceram com o final do levante, prolongando-se até a década de 1930. O jornalismo político-partidário rio-grandense predispunha-se a sofrer violências de todo tipo, principalmente porque o monopólio do poder por parte dos republicanos restringia o espaço de atuação da oposição liberal à imprensa, radicalizando seu discurso e confundindo completamente as funções do político com as do jornalista.

Os jornais constituíam um posto de combate e uma arma de crítica política, que podia ser substituída pela crítica das armas ao sabor das circunstâncias, como comprova o número de jornalistas que abdicaram da pena e pegaram em armas durante as guerras civis que vitimaram o Rio Grande, na República Velha.

Porém, o ritmo e a intensidade dos conflitos envolvendo a imprensa começaram a diminuir no outono dessa época. As violências contra a liberdade de expressão foram-se reduzindo à medida que o próprio radicalismo do discurso político regional foi progressivamente se esvaziando na consciência social. Na verdade, o próprio jornalismo político-partidário se

estava extenuando, como mostra a retração no número de publicações lançadas e o próprio fechamento de jornais no final dos anos 20. *O Estado do Rio Grande* (1929-1961), órgão do Partido Libertador, que sucedeu ao Partido Federalista nessa conjuntura, foi o último grande jornal político-partidário lançado no Rio Grande do Sul.

O DECLÍNIO DA IMPRENSA PARTIDÁRIA

A decadência do jornalismo político-partidário está ligada a vários pressupostos. As transformações verificadas na estrutura econômica da sociedade, desde o final do século passado, haviam maturado. A pecuária encontrava-se em completa estagnação, eclipsada pela agricultura colonial, que criou as bases para o surgimento das principais indústrias e o desenvolvimento urbano. A nova divisão social do trabalho, ainda estruturada no setor primário, mas forte em repercussões nos demais setores da atividade social, favoreceu o crescimento do mercado interno e uma expansão relativa da sociedade civil.

Nesse quadro, houve um processo de complexificação social, que possibilitou a consolidação de diversas camadas médias (burocratas, profissionais liberais, pequenos empresários) cujas expectativas de ascensão viriam a constituir um dos fatores de pressão das estruturas políticas às vésperas da Revolução de 1930. Os públicos estavam se multiplicando e diversificando, conforme mostra, por exemplo, a renovação das práticas culturais verificadas nessa época.

O Partido Republicano, no poder durante todo esse período, foi responsável, em grande parte, pela criação das condições que possibilitaram todo esse

processo, devido à sua política econômica e às medidas tomadas no campo da infraestrutura, no contexto das quais se podem incluir seus cuidados com a educação pública. Os resultados desse processo criaram condições sociais novas, que, com o passar do tempo, começaram a solapar não apenas as bases de sua hegemonia como do próprio sistema político vigente.

O jornalismo político-partidário sentiu profundamente essa mutação, entrando em progressiva crise, ao cabo da qual terminaria desaparecendo, na época do Estado Novo. As suas condições históricas de possibilidade começaram a se desintegrar, retirando a estrutura necessária à sua reprodução.

Em primeiro lugar, foram sumindo suas condições econômicas de possibilidade. Depois da Primeira Guerra Mundial, houve uma crise econômica mundial que encareceu sensivelmente o material de imprensa, principalmente os insumos como a tinta e o papel, cujo aumento apenas durante o conflito mundial havia chegado a 100%. Para agravar ainda mais a situação, a política nacional de valorização do café provocou a desvalorização do mil-réis que não só sobrecarregou essas despesas como gerou um processo inflacionário que provocou retração no consumo. Em geral, os custos de produção dos jornais subiram 400% entre 1914 e 1922 (*Correio do Povo*, 26/4/1923).

Nessa situação de "clamor nacional", os jornais foram forçados a subir seus preços de 100 para 200 réis em 1923. Logo, diante das restrições às importações de matérias-primas e equipamentos, adotaram o procedimento de reaproveitar o material usado, provocando sensível piora na qualidade gráfica. As folhas menores resolveram diminuir o formato e a periodicidade; praticamente todas reduziram suas ti-

ragens. *A Federação*, por exemplo, passou dos 12 mil exemplares (1920) para 5 mil, em 1930; no interior, *O Dever* caiu de 3.500, em 1914, para 1.800, em 1922; evidenciando um quadro típico em todo o Estado. Em conseqüência de tudo isso, a sustentação meramente litúrgica dos jornais pelos partidos foi-se tornando cada vez mais precária e o número de publicações fechadas começou a superar o número das publicações novas a partir de 1930.

Em segundo lugar, as próprias condições culturais dominantes começaram a se reformular em função das transformações na estrutura social. A progressiva ascensão das camadas médias teve correspondência na formação de novas expectativas culturais, com as quais o jornalismo político-partidário não era condizente. O público estava se diversificando, colocando demandas por padrões gráficos e editoriais às quais ela não estava habilitada a corresponder. Pelo contrário, o seu esforço nesse sentido contribuiu para acentuar a sua descaracterização perante seu público tradicional, salvo aqueles casos que souberam adaptar-se ao novo regime jornalístico em formação.

Finalmente, foram-se desarticulando suas condições políticas. O sistema político se tornou incapaz de lidar com as novas demandas sociais e com as contradições de seu próprio desenvolvimento, conforme revelou a Revolução de 1930. No Rio Grande do Sul, a conciliação da classe dominante às vésperas do movimento retirou muito do significado da imprensa político-partidária.

Nos anos 30, as folhas políticas acentuaram sua decadência, acelerada pelo próprio curso do processo político. Durante a Revolução de 1932, a imprensa libertadora, a grande remanescente do período anterior, foi desarticulada através do fechamento policial de vários jornais, entre os quais o próprio *Estado*

do Rio Grande. Nessa época, aliás, ressurgiram as violências contra os jornais, como mostra o empastelamento d'*O Libertador*, de Pelotas, em 1934.

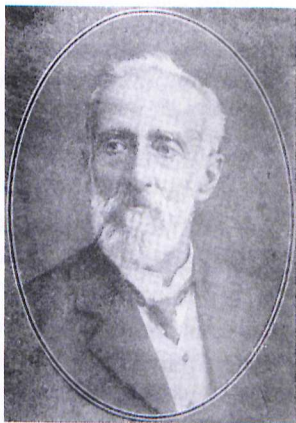
Porém, o golpe de misericórdia foi dado pelo Estado Novo. Quando a nova crise do papel, deflagrada pela Segunda Guerra Mundial, atingiu o País, seus efeitos na ordenação de nossa imprensa foram pouco significativos. O regime imposto em 1937 aboliu oficialmente os partidos e decretou o fechamento de diversos jornais, entre eles *A Federação*, *O Estado do Rio Grande*, *O Libertador*, *O Diário Liberal* e o *Echo do Sul*.

Os jornais sobreviventes procuraram adaptar-se à nova situação, adotando uma linha noticiosa, como foi o caso dos dissidentes do novo regime, ou simplesmente adotando uma postura oficialista, como se verificou na maior parte dos casos. A censura estabelecida se encarregou de cuidar para que os primeiros se mantivessem estritamente na nova linha editorial, e os resistentes sofreram duras represálias. *O Diário Popular*, de Pelotas, *O Tempo*, de Rio Grande, e o *Ponche Verde*, de Dom Pedrito, entre outros, tiveram sua publicação provisoriamente suspensa e os jornalistas de oposição foram intimados pela polícia em todo o Estado.

A Democracia, folha fundada por Heron Canabarro na cidade uruguaia de Rivera, no final de 1937, que circulou clandestinamente na fronteira durante os primeiros anos do novo regime, foi a única voz que o governo não conseguiu silenciar, vindo a se constituir no último grande exemplo de jornalismo político-partidário no Rio Grande do Sul.

As suas condições históricas de possibilidade, que vinham-se desintegrando há vários anos, foram suprimidas por completo com a ditadura de Vargas. Na realidade, porém, o autoritarismo do regime apenas deu o golpe mortal nesse jornalismo, na

Prédio d'*A Gazeta do Alegrete* (± 1910). Entre os jornais mais antigos em circulação no Rio Grande do Sul, merece menção *A Gazeta*, fundada pelo Barão de Ibirocahy, em 1882.

Achylles Porto Alegre (†1926). Escritor e publicista gaúcho, chefiou a redação do *Jornal do Commercio* entre 1880 e 1900, transformando-o na principal folha noticiosa do Rio Grande do Sul.

A Federação (1884-1937). Órgão dos republicanos gaúchos, destacou-se como principal folha político-partidária de nossa história. Em primeiro plano, vê-se o retrato de seu primeiro diretor, Venâncio Aires.

medida em que há muito ele vinha perdendo seu significado no campo social.

Entretanto, objetivando entender esse declínio do jornalismo político-partidário, não podemos esquecer a concorrência que havia se estabelecido entre ele e o novo jornalismo informativo, desde o aparecimento do *Correio do Povo*.

Desde meados dos anos 10, o jornalismo político-partidário, de fato, encontra-se na defensiva frente ao jornalismo noticioso em ascensão, conforme se pode constatar nas declarações de princípios e editoriais publicados nas folhas partidárias da época. *A Federação*, por exemplo, dizia o seguinte sobre esse novo jornalismo:

> Não é com a facilidade de formular juízos sobre eventos ocasionais, não é com a plasticidade do estilo e volubilidade de conceitos, não é com o automatismo da linguagem desatada dos pensamentos criteriosos, não é com a vaga das opiniões descoordenadas, não é com a fraseologia dos numerosos verbomanos que se acotovelam nas salas de redações do jornalismo industrial moderno, atravancando a vida social, que se fez a grandeza da missão jornalística da *Federação*. (*A Federação*, editorial de 1/1/1917)

Porém, as tendências em curso estavam definidas. O processo de desenvolvimento econômico-social da passagem do século, que resultou na desagregação das condições de possibilidade do jornalismo político-partidário, havia criado as condições para o surgimento embrionário de um novo regime jornalístico, estruturado em bases empresariais, que se consolidaria depois de 1930.

A passagem de um regime para outro foi mediada social e historicamente pelo jornalismo literário independente, que precisamos analisar agora para compreender como ocorreu essa transição.

O JORNALISMO LITERÁRIO INDEPENDENTE

A CULTURA JORNALÍSTICA ALTERNATIVA

O surgimento do jornalismo noticioso gaúcho remonta à época de formação do jornalismo político-partidário, na segunda metade do século 19. Na verdade, os dois processos têm a mesma origem: estão ligados à superação da pasquinagem em nosso jornalismo. A criação pelos partidos de seus próprios periódicos retirou dos velhos tipógrafos a direção do meio jornalístico gaúcho. Não obstante, esses homens souberam explorar as potencialidades abertas pelo ciclo de desenvolvimento econômico-social em curso, associando-se aos comerciantes e negociantes locais para criar um jornalismo literário independente, que se tornou progressivamente uma alternativa ao jornalismo político-partidário em ascensão na Província.

A sociedade civil estava começando a se complexificar nessa época; havia novas necessidades culturais e os rudimentos de uma camada intelectual na sociedade, como exemplifica a fundação do famoso Partenon Literário em 1869. As preocupações com a cultura, as ciências e as humanidades se encontravam em embrião, fomentando a procura por material de leitura e atualidade capaz de desenvolvê-lo; por outro lado, a mundialização dos horizontes de vida estava

criando uma demanda por notícias, viabilizada pela extensão de várias linhas telegráficas pela Província durante a Guerra do Paraguai. As folhas literárias e noticiosas se gestaram nesse contexto social, especializando-se progressivamente no atendimento dessas novas necessidades, detectadas principalmente quando do envolvimento de significativa parcela de soldados gaúchos no conflito brasileiro com o Paraguai.

A difusão de notícias e a discussão literária de temas de atualidade foram uma função da imprensa desde seu surgimento. *O Noticiador*, primeiro jornal publicado no interior gaúcho, ainda nas primeiras décadas do século passado prometia cumprir essa função.

> Procuraremos, sempre que for possível, transcrever as notícias que, dos diferentes pontos do Império e dos países estrangeiros, tivermos de interessante; anunciaremos as embarcações entradas e saídas deste porto; daremos o preço corrente dos gêneros e o estado do câmbio; lembraremos finalmente aquelas medidas e instituições que julgarmos a bem da causa pública e desta Província com especialidade. (*O Noticiador*, Rio Grande, 3/1/1832)

Mas os jornais não se preocuparam concretamente com a informação do público até o final do século 19. O regime jornalístico dominante, que não pode ser compreendido fora das relações sociais vigentes, seguia as regras e finalidades ditadas pela racionalidade política. O novo jornalismo literário e noticioso procurou romper com essa situação, especializando-se na difusão de notícias e na discussão de assuntos de atualidade sem compromisso doutrinário.

O jornalismo político-partidário sempre acalentou o sonho de formar e também de dirigir a opinião pública; o novo jornalismo literário ten-

de a abdicar desse papel, tomando como parâmetro de seus posicionamentos diante do mundo o ponto de vista vigente previamente no seu público leitor, confundido com a opinião pública. No princípio, os periódicos dessa tendência se declaram órgãos da indústria e do comércio, mas logo percebem que sua sobrevivência depende em primeiro lugar da conquista do público leitor, proclamando-se órgãos da opinião pública. Conforme dizia o *Jornal do Commercio*:

> Nós nos contentamos de ser o órgão do público, que precisa e quer a verdade, tal qual ela é, e não o desabafo de ódios sem significação, a palavra de paixões alheias e interesses individuais. (*Jornal do Commercio*, Porto Alegre, 22/1/1879)

A formação, senão de uma sociedade, pelo menos de uma mentalidade burguesa, favorecia a diversificação das concepções jornalísticas vigentes, propondo a supremacia de novos valores como a veracidade noticiosa e a imparcialidade editorial, que na realidade contribuíam para a expansão do público potencial de cada periódico ao rejeitarem o compromisso político-partidário do jornalismo dominante à época. Em conseqüência disso, verifica-se a manifestação cada vez mais comum do princípio da neutralidade nos novos jornais, que visam com isso não somente se subtrair às conveniências partidárias, mas promover o "interesse geral da sociedade" (*Jornal do Commercio*, Porto Alegre, 21/1/1885).

Nessa perspectiva, surgiram e se desenvolveram as primeiras folhas da nova tendência jornalística, restrita inicialmente a Pelotas e a Porto Alegre.

O *Jornal do Commercio* (1865-1912), fundado e dirigido por Francisco Cavalcanti de Albuquerque, em Porto Alegre, marcou época na his-

tória da imprensa no Rio Grande do Sul. Sua linha gráfico-editorial seguia o padrão da moderna imprensa do Rio de Janeiro. Adquirido por Silva Candal & Cia., em 1872, reformou suas oficinas, dotando-se de máquinas impressoras Dawson & Pons. Com a redução dos custos de produção, daí decorrentes, baixou o preço de suas assinaturas, lançando a imprensa barata na capital da Província. Durante a correta coordenação editorial de Achylles Porto Alegre, que, sob a razão social de Silva Jab & Cia., comprara a folha em 1880, consolidou um padrão de qualidade na imprensa gaúcha. Sustentando linha editorial independente, com base na renovação do maquinário e material tipográfico, tornou-se o maior jornal do Estado à época da Revolução Federalista, aumentando sua tiragem de 4 para 5 mil exemplares.

Ainda em Porto Alegre, obteve destaque *O Mercantil* (1874-1898), segunda folha do mesmo nome, fundada e dirigida pelo ex-tipógrafo Câncio Gomes. Concorrente do *Jornal do Commercio*, instalou impressora movida a gás, o que lhe permitiu alcançar tiragens equivalentes às dos maiores jornais da Província. Iniciou a venda avulsa de jornais pelas ruas da cidade, procurando aumentar sua circulação com uma redução nos preços: 60 réis em vez dos 200 que se pagava em seu escritório (1884).

Em Pelotas, o *Correio Mercantil* (1875-1915), que substitui o *Jornal do Commercio*, consagrou-se como "catedral de saber e evangelização moral". Propriedade de Antônio Joaquim Dias, introduziu o uso de maquinário de gás na imprensa da Província, procurando dotar-se de modernos equipamentos tipográficos. Foi uma das primeiras folhas a estabelecer serviço telegráfico regular para transmissão de notícias (1881), inclusive do Rio de Janeiro, apesar dos altos custos. Um dos poucos jor-

nais a manter posição independente no interior do Rio Grande, tentou montar uma estrutura empresarial. Por volta de 1895, por exemplo, abrigava em suas instalações um total de 25 empregados, assim distribuídos: Administração: 3; Redação: 4; Circulação: 3; Oficinas: 15. Com base nessa organização, o *Correio Mercantil* manteve constante o crescimento de suas tiragens, que, no período entre 1890 e 1895, passaram dos 2 para os 3.500 exemplares – número significativo para a época.

O *Opinião Pública* (1896-1962) não chegou a ter seu poderio, mas ainda assim precisa ser mencionado. Antônio Gomes da Silva, primeiro diretor, "não pode deixar de figurar na crônica do jornalismo rio-grandense, merecendo, mesmo, lugar destacado na galeria dos maiores vultos de nossa imprensa". A maneira como conseguiu conciliar a matéria de caráter literário com a noticiosa teria chegado ao "ponto ideal", segundo Carlos Reverbel. Entregue a colaboradores capazes, encontrava-se muito bem distribuída em seções como "Notícias, Ecos de arte, Notas financeiras, Coluna operária, Contos alegres, Jornal feminino e Coluna científica" (*Aspectos da formação da imprensa rio-grandense*, citado em Bones, 1996, p.61-62).

Entre 1890 e 1920, o jornalismo literário-noticioso teve, pois, seu apogeu. Nessa época, de fato, multiplicaram-se em todo o Estado os jornais comprometidos com esse modelo jornalístico. O ciclo de desenvolvimento econômico-social iniciado em meados do século 19 estava passando por seu auge, e a sociedade encontrava-se em processo de modernização, que afetou o jornalismo em seu conjunto, pelo menos nos maiores centros urbanos.

Os tipógrafos estavam-se transformando em pequenos empresários, que tinham assalariados trabalhando a seu soldo nas oficinas e na redação. Pro-

curavam aumentar o capital social de seus negócios e exploravam o filão nascente da publicidade. O estágio artesanal havia sido superado e a imprensa estava baseada tecnologicamente na máquina a vapor. A circulação, por sua vez, fora renovada com a generalização da venda avulsa feita por ambulantes e a distribuição dos jornais pelo interior através do uso dos novos serviços ferroviários.

A modernização do parque gráfico tornara-se gradualmente um princípio básico da atividade jornalística, que permite economicamente não só o aumento das tiragens, mas também o aumento do número de páginas das folhas, que pula das tradicionais 4, do século passado, para a média de 12 nos primeiros anos do século 20. Logo, as folhas começam a modernizar também suas linhas gráficas. A paginação se torna mais leve, aproveitando o maior número de páginas disponíveis para melhor distribuir as matérias. As cores são descobertas como meio de explorar títulos e destacar assuntos, ao mesmo tempo em que se explora os recursos de ilustração, substituídos progressivamente pela fotografia na década de 1910.

Nesse contexto, verificou-se, por outro lado, uma complexificação do conceito de jornalista, que deixou de ser aplicado exclusivamente aos proprietários e diretores de periódicos político-partidários, passando a designar também os responsáveis pela coleta e confecção de notícias. Em outras palavras, a classe dos jornalistas estava passando por uma mudança em sua composição, de cujas origens dão conta os próprios jornais:

> À imitação do *Diário de Pelotas*, a empresa do *Onze de Junho* da mesma cidade contratou um *repórter* para ministrar-lhe notícias de todas as ocorrências que possam se interessar os leitores. (*Jornal do Commercio*, Porto Alegre, 29/1/1879)

O processo de organização desse novo grupo de jornalistas segue os passos de sua própria consolidação como categoria social. Em 1889, com o propósito de "evitar, entre colegas, agressões pessoais que desilustram a imprensa", surge a Associação dos Jornalistas de Pelotas. Dez anos depois, com proposta semelhante, é fundado o Grêmio dos Jornalistas de Rio Grande. Nos anos 10 surge o primeiro projeto de agrupar os jornalistas de todo o Estado com o Círculo da Imprensa, que funcionou em Porto Alegre, de 1911 a 1914. Porém, o esforço mais significativo para congregar e organizar a classe ficou registrado com a fundação da Associação Rio-Grandense de Imprensa, em 1920.

A Associação, que logo começou a publicar um mensário dedicado à divulgação de assuntos de interesse da classe jornalística, procurou desenvolver várias iniciativas em favor da profissão. Entre elas, desponta como mais notável a obtenção do acesso regular dos jornalistas aos órgãos públicos, além da campanha em favor da melhoria das condições de trabalho nas redações. Porém, a ressonância de suas propostas foi-se tornando cada vez menor com o passar do tempo e poucos anos depois a entidade se dissolveu em silêncio.

Na época em questão, houve ainda a consolidação do regime jornalístico em desenvolvimento, na medida em que, até então, predominavam as matérias de cunho literário. Os textos não se baseavam em informações, mas em comentários opinativos, que recorriam às mais diversas fontes. A vaga de modernização que viveu o País nesses anos quebrou esse predomínio, pelo menos nos centros mais avançados, trazendo para o proscênio do jornalismo literário a figura das notícias.

As seções noticiosas foram-se tornando a principal preocupação dos jornais, inclusive daqueles

político-partidários, que separaram a parte política da parte noticiosa, tendo em vista o plano-geral de transformar as folhas em "fonte segura e abundante de informações para o público" (*A Tribuna*, Porto Alegre, 1/1/1911).

Os serviços telegráficos substituíram completamente o antigo sistema de intercâmbio de jornais como fonte de notícias, que mantinha o público leitor informado dos acontecimentos do centro do País com atraso de até 12 dias. A República modernizou esses serviços, permitindo além da sua regularização, uma tarifa 50% mais baixa à imprensa. Logo, todas as seções noticiosas dos jornais passaram a se basear nesta fonte, que se alimentava também dos serviços das agências internacionais. Na década de 1910, os principais jornais do Estado, em luta pela preferência do público, fecharam acordos com as agências Havas, Americana e Transocean.

A expectativa de novidades por parte do público era assim fomentada pela imprensa noticiosa. Os *placards* de notícias, montados nas fachadas dos escritórios, divulgavam os últimos telegramas recebidos, tornando-se ponto de convergência da população, chamada pelo tocar de uma sirene. Nas páginas dos periódicos, por sua vez, multiplicam-se as seções especializadas (esportes, cinema, vida social) que respondem à diversificação do público e à modernização da sociedade. Afinal, a formação da economia urbana criando empresas dispostas a anunciar a um público receptivo as novidades do mundo moderno, propiciando uma renovação geral no perfil das publicações periódicas, que ao mesmo tempo respondem a essa demanda mais qualificada e se habilitam a atender aos grandes anunciantes, como

exemplifica o lançamento das primeiras revistas ilustradas, entre elas a *Kodak* (1912).

Conforme nos dá conta uma revista da época, as camadas dirigentes contemporâneas vivem o acesso ao "cosmopolitismo" do mundo moderno, valorizando, de maneira nova, a "disseminação de livros, revistas e jornais, as facilidades de comunicação resolvidas pela indústria moderna, a celeridade em que, graças ao telégrafo, as notícias de todos os fatos fazem, em poucas horas, a volta ao globo inteiro" (*Revista Brasil Novo*, Porto Alegre, maio de 1925).

Não obstante todo este processo, o desenvolvimento noticioso do jornalismo literário foi bloqueado por dois fatores de sua correspondente estrutura social. O primeiro deles era o peso da política na sociedade rio-grandense da época. O conceito jornalístico dominante permaneceu sendo essencialmente político até a década de 1930. O espaço do jornalismo noticioso sempre foi reduzido, apesar das tendências contrárias verificadas a partir da segunda década do século 20. O tempo não admitia "o jornal que quer timbrar de independente e imparcial perante a opinião pública" (*O Onze de Junho*, Pelotas, 2/7/1889).

A escola das folhas noticiosas era constantemente tentada pelo compromisso partidário, quando não gravitava de fato, em maior ou menor grau, em torno das forças políticas em ação, principalmente o Estado. Os documentos registram diversos casos de jornais político-partidários que se transformaram em noticiosos, mas o movimento majoritário era no sentido contrário, e não poupou nem mesmo jornais bem conceituados na época.

O *Jornal do Commercio*, vendido por Achylles Porto Alegre em 1899, submeteu-se às

pressões do oficialismo sob suas novas administrações; completamente desacreditado junto ao público, desapareceu em 1912. O *Diário do Rio Grande*, fundado em 1848, trilhara o caminho das folhas noticiosas durante os primeiros anos do regime republicano; porém, adquirido por próceres oposicionistas nos primeiros anos do século, teve o mesmo destino do jornal supracitado, cessando sua publicação em 1912. Enfim, o próprio *Correio Mercantil*, passando ao controle de uma sociedade anônima engajada com a dissidência republicana, abandonou sua linha noticiosa e imparcial a partir de 1907; vendida sua empresa após a campanha fracassada de Ramiro Barcelos ao Senado da República, desapareceu em 1915.

Em geral, as proclamações de imparcialidade dos primeiros editoriais eram seguidas do engajamento partidário dos jornais nas questões políticas de seu tempo. A *Gazeta do Commercio* (1901-1911), diário dirigido por Pinto da Rocha, em Porto Alegre, embora moderno e bem estruturado administrativamente, exemplifica bastante bem o caso. Propriedade de uma sociedade anônima composta por comerciantes da capital, pretendeu no início ser o órgão da indústria e comércio; passando a sustentar a candidatura dissidente de Fernando Abott ao governo do Estado em 1907, acabou representante da imprensa oposicionista de Porto Alegre.

Nas principais cidades do interior, folhas bem montadas nunca conseguiram conquistar espaço duradouro na esfera pública, devido à compressão política vigente, mesmo em centros como Bagé, Pelotas e Rio Grande. Nesses lugares, não faltaram publicações que procuraram romper com o exclusivismo político-partidário, mas a época

não concebia a idéia de uma publicidade não-engajada. *O Tempo* (1906-1960), diário fundado por Alípio Cadaval em Rio Grande, exemplifica bem o destino das publicações com proposta inicialmente noticiosa, que sobreviviam ao desafio da receptividade pública. Mantendo seção noticiosa bem cuidada, terminou ligando-se à dissidência republicana e, por extensão, com a oposição do borgismo, até a década de 1930.

A política era um meio de sustentação do jornalismo e, principalmente no interior, o movimento mais comum não foi a conversão da atividade aos novos conceitos em ascensão, mas a adaptação e o comprometimento destes com o velho regime jornalístico. Conforme *O Dever* (Bagé, 11/2/1920), folha republicana de Bagé, a mudança dos tempos não invalidava o jornalismo partidário, apenas colocava a necessidade de "harmonizar o político com a sensata continência estilística das épocas de realidade prosaicas e o parcimonioso dispêndio de imagens sóbrias".

Em segundo lugar, o desenvolvimento das folhas noticiosas foi contido pelas próprias dimensões de seu público leitor na sociedade. O mercado interno só começou a se configurar de fato na passagem do século, mas seu crescimento sempre foi pequeno socialmente e restrito geograficamente às grandes cidades. As fontes de financiamentos dos jornais eram limitadas, mas o grande problema era a manutenção do periódico, que disputava com diversas folhas semelhantes um mercado diminuto, tanto pelo lado do consumidor, quanto pelo lado dos anunciantes (Rüdiger, 1995).

A capitalização do setor era insignificante, o quadro todo refletindo-se nas tiragens dos jornais, cuja evolução se pode comparar na tabela a seguir:

Evolução das tiragens dos jornais
do Rio Grande do Sul: 1884-1930

1884		1912		1930	
Faixa de exemplares	Jornais	Faixa de exemplares	Jornais	Faixa de exemplares	Jornais
1ª) até 500	48%	1ª) até 1 mil	66%	1ª) até 5 mil	80%
2ª) 500 a 1 mil	33%	2ª) 1 a 5 mil	33%	2ª) 5 a 10 mil	12%
3ª) 1 a 5 mil	19%	3ª) 5 a 10 mil	1%	3ª) 10 a 30 mil	8%

Fontes: (1884) Anuário do Rio Grande do Sul de 1885 (1912,1930) Departamento Nacional de Estatística.

Francisco Alves mostrou, em excelente trabalho sobre a imprensa local, que o *Diário do Rio Grande*, um dos principais jornais interioranos no século passado, teve seu ápice em termos de veiculação de anúncios em 1884, decaindo, praticamente sem parar, depois desta data, não apenas porque surgiam outros jornais mais poderosos noutros centro mas, também, porque sua cidade estava, pouco a pouco, perdendo sua importância diante de Pelotas e, mais tarde, Porto Alegre. Na cidade como no restante do interior, acrescentamos por nossa conta como hipótese, 80 a 85% das folhas lançadas à público faleciam antes de completar um ano de vida, numa época em que o valor da assinatura anual de uma folha equivalia a quase metade do valor pedido pelo aluguel de uma casa, no mesmo período (Alves, 1998, p.340-342).

Conforme nota um coletivo de autores:

> A venda em massa era certamente um pressuposto imprescindível para a existência desse ramo econômico, e da produção capitalista do jornal. A venda em massa só seria possível, no entanto, quando além da burguesia, também a massa da população assalariada pudesse ser alcançada pela mercadoria "jornal". (Citado em Marcondes Filho, 1984, p.33)

De resto, o jornalismo literário-noticioso era visto negativamente como "objeto de exploração

mercantil", negócio suspeito e venal, que recorria a todos os expedientes para "aumentar o valor relativo dos números escriturados no crédito da caixa". A mentalidade dominante ainda era tradicional, contribuindo para frear o desenvolvimento das novas tendências em curso.

Lourival Cunha exemplifica bastante bem o tipo humano característico desse período do jornalismo. Em 1912, constituiu a Empresa Gráfica da Kodak, que publicou uma revista ilustrada quinzenal de mesmo nome, a primeira de seu tipo no Rio Grande do Sul. A *Kodak* lançou a reportagem social ilustrada e o noticiário de variedades no Estado, tendo modernizado bastante nosso jornalismo, seja pela sua qualidade gráfica, rica em material fotográfico, seja pela sua linha editorial, aberta às tendências comportamentais do mundo moderno. Em 1914, a empresa lançou o vespertino *A Noite*, que teve o primeiro serviço fotográfico regular da imprensa gaúcha e procurou transplantar para o jornalismo diário o noticiário de variedades, às vezes sensacionalista, da revista.

No ano seguinte, porém, Cunha se desfez da empresa para lançar, com lideranças políticas da oposição, um jornal que pretendia ser ao mesmo tempo moderno e engajado, a *Última Hora*. A folha tornou-se logo abertamente partidária, envolvendo-se em diversas polêmicas com os jornais governistas. Depois da Revolução de 1923, quando quase foi fechada pela polícia, acabou quebrando por falta de recursos e receptividade do público. Cunha reuniu novos capitais e lançou então nova e mais ambiciosa revista, intitulada *Kosmos*. O empreendimento foi um gigantesco fracasso, os dividendos não conseguiram pagar os empréstimos contraídos para a montagem do estabelecimento e

a publicação fechou suas portas menos de um ano depois do lançamento, em 1926.

Na verdade, o mercado para esse tipo de periódico, que custava, por semana, o preço de 10 jornais diários, era pequeno e, além disso, já estava ocupado por publicações semelhantes, notadamente *A Máscara* (1918-1928) e a *Ilustração Pelotense* (1919-1929). Cunha, que ainda tentaria novas e fracassadas empresas em nosso jornalismo, jamais se decidiu entre as linhas noticiosa e política, vivendo uma contradição que marcou, na verdade, as grandes tendências do jornalismo de seu tempo.

Na realidade, porém, o problema não era o conteúdo dessas tendências, cujo padrão noticioso estava em ascensão, mas a forma de seu desenvolvimento, que só se viabilizou quando os jornais se tornaram verdadeiras empresas. Ou seja, quando os pequenos negócios entre tipógrafos, jornalistas e comerciantes, geralmente de caráter diletante para seus financiadores, transformaram-se em empreendimentos com finalidade lucrativa declarada e manifesta, cujos rendimentos eram reinvestidos capitalisticamente no próprio negócio. O *Correio do Povo* foi o primeiro jornal a realmente tomar esse rumo, que possibilitou à imprensa noticiosa vencer seus obstáculos e constituir um novo regime jornalístico no Rio Grande do Sul.

A TRANSIÇÃO PARA A MODERNIDADE

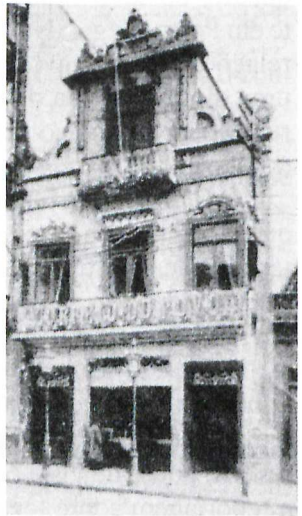
As quatro primeiras décadas do século 20 marcam precisamente esse processo de transição, através do qual se formou um novo regime jornalístico em detrimento não só da imprensa político-partidária, mas da própria imprensa literário-noticiosa, na medida em que sua ascensão simultaneamente inviabi-

lizou a continuidade da base econômica e tecnológica em que esta última se sustentava. Nesse período, com efeito, os termos da concorrência entre os jornais passaram a ser ditados pelas novas empresas jornalísticas, que alijaram do espaço público as folhas baseadas em pequenos negócios.

Entre 1910 e 1940, não foram poucas as folhas de boa feitura gráfica e conteúdo editorial de qualidade que procuraram conquistar um espaço nos quadros do novo jornalismo gaúcho, principalmente em Porto Alegre. Na capital, a modernização das relações sociais havia progredido, possibilitando uma diminuição da dependência da imprensa em relação ao campo político, conforme patenteava a trajetória do *Correio do Povo.*

O Diário, folha publicada por diversos editores, que arrendavam a empresa montada por comerciantes alemães com grande capital social, é um bom exemplo do caso. Lançado em 1911, era composto em moderno maquinário, que permitiu não somente a realização de um excelente produto gráfico, mas também a introdução de novidades, como o uso sistemático de ilustrações e a impressão em duas cores. Do ponto de vista editorial, o jornal inaugurou a reportagem sobre temas cotidianos, comprometendo-se sempre a servir a opinião pública de maneira independente, "tratando apenas dos problemas político-sociais atinentes à vida do Rio Grande do Sul" (*O Diário*, Porto Alegre, 15/6/1911).

Não obstante, *O Diário* não se consolidou, vitimado pelo preconceito político contra as "empresas capitalistas, sujeitas a toda a gama de conveniências venais", mas sobretudo pela falta de espaço social receptivo à sua concepção jornalística. Em 1918, identificado como "jornal dos alemães", estigmatizados localmente devido à intervenção

Caldas Júnior (†1913)

Prédio do *Correio do Povo* (1915). Situado na Rua dos Andradas 138/140, custou à época mais de 110 contos de réis à empresa.

Redação do *Correio do Povo* (1920). Entre outros vê-se Leonardo Truda, redator-chefe, sentado, o segundo da direita para a esquerda; Raul Pilla, secretário, sentado à extrema direita; Archimedes Fortini e Souza Lobo, repórteres, em pé, respectivamente à extrema esquerda e à extrema direita.

brasileira no primeiro grande conflito mundial, fechou suas portas, passando parte de seu maquinário ao *Correio do Povo*.

O futuro do jornalismo estava se ligando progressivamente às condições determinadas pelo desenvolvimento do capitalismo no País, adotando padrões de organização empresarial como meio de sobrevivência. Porém, ainda assim, essa transição para um novo regime jornalístico não foi progressista; o mercado não comportava, como não comporta até hoje, grande concorrência: o público leitor era limitado por fatores econômicos e educacionais, e o número de anunciantes não era suficiente para sustentar várias empresas. Por isso, as tendências jornalísticas que se vêm consolidando desde essa época têm-se caracterizado pela concorrência monopolista entre poucos jornais.

Na fase de transição, essa concorrência tinha aspectos predominantemente regionais. O *Correio do Povo* concorria com *A Opinião Pública*, de Pelotas, e *O Diário do Interior*, de Santa Maria. Os diversos concorrentes lançados para amealhar o espaço desses jornais fracassaram, podendo citar-se como exemplos os casos do *Jornal da Manhã* (1922-1925), de Pelotas, e *A Manhã* (1920-1922), de Porto Alegre. Posteriormente, porém, essa própria modalidade de concorrência foi suprimida, resumindo-se à concorrência das grandes empresas porto-alegrenses, cujo jornalismo tornou-se hegemônico em todo o Estado.

Na década de 1920, o jornalismo interiorano começou a perder espaço na esfera pública rio-grandense, conforme se pode ler num editorial resignado d'*A Opinião Pública*:

> Os jornais da capital são os grandes jornais, percorrem o Estado todo e vão, fronteira afora, pelo Brasil e para o

> Estrangeiro. Eles permitem acompanhar, dia a dia, a vida, o progresso das localidades, as possibilidades dos municípios, o estabelecimento e a ampliação dos negócios, que vão favorecer a nossa evolução econômica. (*A Opinião Pública*, Pelotas, 22/9/1925)

O *Correio do Povo* e o *Diário de Notícias* formavam, então, a vanguarda do nosso jornalismo, seja pelos moldes verdadeiramente capitalistas de sua organização empresarial, seja pelo novo conceito jornalístico que, respondendo às novas demandas do tempo, estava se consolidando na sociedade. Para ambos, os jornais eram apenas veículos imparciais de informações responsáveis pelo registro nervoso dos dias em curso e pela divulgação profissional e verídica dos acontecimentos. O tempo do jornalismo político-literário havia passado, filtrado pela racionalidade emergente do mercado, conforme a qual se constituiu uma nova doutrina jornalística.

O jornalismo rio-grandense estava em plena transição para uma nova fase de estruturação, na qual a política partidária não ditaria mais as cartas, vencida pela racionalidade mercantil, nem haveria mais espaço privilegiado para o exercício literário, substituído progressivamente pela publicidade noticiosa, consolidando transformações cujas raízes se confundem com a história do *Correio do Povo*.

O JORNALISMO INFORMATIVO MODERNO

CALDAS JÚNIOR: ORIGENS DO REGIME EMPRESARIAL

Walter Galvani (1995) ratificou, faz pouco, a idéia de que o desenvolvimento do jornalismo moderno no Rio Grande do Sul está diretamente ligado ao nome do jornal *Correio do Povo*. Porém, por que o *Correio do Povo*? Para responder corretamente a essa pergunta é preciso em primeiro lugar pôr entre parênteses a mística que o próprio periódico criou à sua volta. O *Correio* foi fundado por Caldas Júnior em 1895. Caldas era sergipano e havia vindo, ainda criança, para o sul, onde foi revisor d'*A Reforma*. Posteriormente, tornou-se redator-chefe do *Jornal do Commercio*. Conforme era comum na época, levantou pequeno capital entre o comércio porto-alegrense e montou seu próprio jornal, que se apresentou ao público como "órgão de nenhuma facção, que não se escraviza a cogitações de ordem subalterna".

> Como seu título indica, será uma folha essencialmente popular, pugnando pelas boas causas e proporcionando aos seus leitores informações detalhadas sobre tudo quanto há diariamente ocorrendo no desenvolvimento do nosso meio social e nos domínios da alta administração pública do Estado e do País. Este jornal vai ser feito para toda a massa, não para determinados indivíduos de uma única facção. (1/10/1895)

A conjuntura era propícia para esse tipo de proposta. O Estado estava saindo de uma luta civil que durara quase 3 anos e dividira profundamente a sociedade gaúcha, havendo um clima favorável para o surgimento de um jornal não comprometido com a política, mas somente com a causa pública. Entretanto, convém destacar que nessa época mesma surgiram diversas folhas com semelhantes propostas e linha editorial. Além disso, o *Jornal do Commercio* mantinha-se como um periódico respeitável e imparcial, que se tornou, nessa conjuntura, o principal do Estado, tirando 5 mil exemplares por dia. O *Correio do Povo* simplesmente lhe copiara a fórmula, carregando um pouco mais na exploração dos serviços telegráficos e nas pequenas notícias, mas, de resto, confundia-se no panorama da imprensa gaúcha da época.

Na verdade, a novidade do jornal e o principal fator do seu sucesso não se encontram na magia de seu texto ou conteúdo editorial, mas sim na postura empresarial assumida por seu proprietário e diretor diante do negócio. Caldas percebeu as transformações sociais e culturais em curso, respondendo aos estímulos do mercado de jornais com sucessivos investimentos na estrutura tecnológica e administrativa de sua folha.

Em geral, os jornais independentes da época constituíam empresas apenas no nome. As companhias tinham vários sócios, recrutados basicamente entre os comerciantes e pequenos proprietários urbanos, e seu cunho era muito mais diletante e estatutário do que empresarial e capitalista. Desse ponto de vista, bastava que não dessem prejuízo, não havendo qualquer propensão ao reinvestimento capitalista dos lucros.

Caldas Júnior organizou sua empresa em termos familiares, mas sem excluir da direção do jornal os valores do jornalismo da época com que podia contar; fez sucessivas reformas em suas oficinas, com vistas à redução de custos e ao aumento da produtividade; procurou equiparar os padrões gráficos do jornal aos mais modernos do País, aumentando o número de páginas e o formato da folha, sem custos adicionais para o leitor. Em 1910, finalmente, montou a primeira impressora rotativa no Estado e, nos anos seguintes, as 4 primeiras linotipos, completando um ciclo de renovação e reinvestimentos que elevou a tiragem do jornal dos mil exemplares, iniciais, para 10 mil, em 1910.

O *Correio do Povo* conquistou rapidamente assim a hegemonia no mercado de jornais. Em 1895, 20 contos de réis haviam permitido a criação da folha. Trinta e cinco anos após, ela valia cerca de 1.500. A redução dos custos permitiu um notável acréscimo nos pequenos anúncios, trazendo um conseqüente aumento de vendas, que criou os leitores para os grandes anunciantes. Em 1920, a tiragem do jornal chegou à casa dos 20 mil exemplares, configurando o que uma folha contemporânea, em artigo muito interessante, chamou de monopólio da imprensa. Para *A Época*, as sucessivas quebras nos jornais e a supremacia inquestionável do *Correio* envolviam um "fenômeno psicológico que só os filósofos poderiam penetrar".

> As tabelas de anúncios do *Correio* são tirânicas, exorbitantes, quase escandalosas. Pois, nem assim os comerciantes deixam de drenar para o cofre do Sr. Obino as despropositadas quantias que ali se podem pôr por três dias de reclame. (*A Época*, Porto Alegre, 18/9/1922)

Além disso, surpreendia-se o redator, "trata-se de um jornal meramente informativo"; "nem sequer tem opinião própria nos graves casos em que se envolve a opinião pública", na medida em que "se limita a narrar os acontecimentos em estilo de tamancaria" (*A Época*, Porto Alegre, 18/9/1922).

Na verdade, o cultivo empresarial dessa linha noticiosa era o principal segredo do *Correio*. Caldas Júnior descobriu que o caráter político do jornalismo não precisava ser explícito, que havia uma mutação em curso nas necessidades do público e no próprio espectro deste público, estabelecendo novos termos para a concorrência no mercado de jornais.

O *Diário de Notícias* se tornou, posteriormente, o segundo maior jornal do Estado em virtude de sua adequação a esse modelo de concorrência. No capítulo anterior, vimos que o projeto havia sido tentado antes, mas as condições do mercado ainda não permitiam a sua viabilização. Na década de 1920, o espaço deste último se expandiu, permitindo o surgimento de um concorrente real do *Correio*.

O *Diário*, cuja empresa se organizou em bases de alta capitalização, foi lançado em 1925. A proposta de seu corpo de redatores era fazer um jornalismo moderno, que se empenhou bastante em promover campanhas de opinião pública, pelo menos em sua primeira fase. O parque gráfico foi montado dois anos depois do seu lançamento e dispunha de possante rotativa, que permitiu o aumento das tiragens com barateamento dos custos. Porém, o forte do jornal era o departamento comercial, que carreou grande volume de anúncios. Em 1930, a folha já era a segunda mais importante do sul, com uma tiragem de 25 mil exemplares diários, pouco menos que o *Correio do Povo*.

O *Correio* e o *Diário* definiram assim um novo regime jornalístico, cuja chave do fortalecimento

foi a organização empresarial, como demonstra também o caso da famosa *Revista do Globo*.

Dispondo de sólida estrutura gráfica e editorial, o quinzenário realizou a façanha de ter sido a primeira publicação gaúcha do gênero que conseguiu circulação nacional e, como tal, ajudou a projetar diversos nomes de nosso meio jornalístico e intelectual, a começar por Erico Verissimo.

A revista foi criada no vazio deixado pelo fracasso das publicações anteriores do gênero, devido à falta de sustentação econômica. A capital exigia uma nova revista, as elites viam nela uma necessidade cultural e havia o estímulo do próprio governador Getúlio Vargas. "O caso a resolver seria então uma empresa forte, disposta a capitalizar a iniciativa, englobando tudo no mesmo sistema interno", que foi montada pela Livraria do Globo.

A livraria, fundada no final do século passado, no espaço de poucos anos tornara-se a maior casa editorial do sul do Brasil. Nesse período, colocou-se a serviço da imprensa porto-alegrense durante várias vezes, graças ao seu moderno parque gráfico. Em 1929, finalmente lançou sua própria revista, que reuniu a nata da intelectualidade local, sob a direção de Mansueto Bernardi. Conforme seu primeiro editorial:

> A *Revista do Globo* se propõe a divulgar, registrar e difundir, [...] tudo o que no Rio Grande houver e doravante ocorrer digno de registro e divulgação [...] fora e acima dos partidos. (*Revista do Globo*, janeiro de 1929, p.3)

Logo, esse periódico tornou-se a principal publicação do seu gênero no sul do País, crescendo em tiragem e circulação, em razão da sua qualidade gráfica e ao espaço dado à reportagem fotográfica, baseada na cobertura da vida social.

Nessa mesma conjuntura, Ângelo Flores da Cunha reuniu grandes nomes do jornalismo rio-grandense e concebeu o sonho de se tornar grande magnata da imprensa, criando a Companhia Jornalística Rio-Grandense. A empresa se dotou dos melhores equipamentos disponíveis na época, formando um parque gráfico com 8 linotipos e uma rotativa, capaz de tirar 20 mil exemplares por hora. Os seus jornais adotaram a filosofia de que "o público só terá a lucrar com a competição honesta entre as boas folhas" (Editorial de Assis Brasil no *Jornal da Manhã*, Porto Alegre, 12/10/1930).

Entre essas boas folhas, situavam-se naturalmente aquelas publicadas pela empresa. O *Jornal da Manhã* (1930-1937), cujo ponto forte era o texto leve e objetivo, lançou diversas seções novas na imprensa gaúcha, chegando a publicar os primeiros suplementos editoriais sobre moda, esporte e sociedade no Rio Grande do Sul.

O *Jornal da Noite*, lançado um ano depois do anterior, procurou preencher o espaço disponível pela falta de um jornal vespertino, caracterizando-se pela divulgação das últimas notícias e o texto conciso, "avesso aos acentos do personalismo e do doutrinarismo panfletário de outros tempos, em busca de uma impessoalidade cada vez mais apurada" (*Jornal da Noite*, Porto Alegre, 3/11/1931).

Para concorrer com essa folha, Breno Caldas lançou um vespertino em formato tablóide, baseado nos modelos portenhos, chamado *Folha da Tarde* (1936) e, apesar dos custos elevados, dotou os jornais de sua empresa dos primeiros serviços de teletipo usados em Porto Alegre. A conjuntura, porém, havia mudado. A Companhia Jornalística Rio-Grandense havia perdido muito de sua independência, passando a sustentar as pretensões do

governador Flores da Cunha, irmão do seu proprietário, contra Getúlio Vargas. A Caldas Júnior, tendo tomado, como empresa, o partido do varguismo, aproveitou a capacidade ociosa de suas novas máquinas e as circunstâncias políticas para lançar um vespertino independente capaz de conquistar este segmento do mercado.

Nessa época, o novo regime jornalístico estava em consolidação. As matérias noticiosas suplantavam os artigos políticos, e as feições gráficas adquiriam as formas que, em linhas gerais, conhecemos até hoje. A circulação se ampliava consideravelmente e começava a tirania do departamento comercial sobre a redação. O pessoal envolvido na atividade se profissionalizava, transformando-se em categoria assalariada.

Em 1936, foi reconstruída a Associação Rio-Grandense de Imprensa, mas mais importante para caracterizar o novo estatuto do jornalista na sociedade é a criação do Sindicato dos Jornalistas, em 1942. A primeira entidade tornou-se, logo, uma agência de pressão e ligação não somente dos jornalistas, mas da própria sociedade civil, com os poderes públicos, enquanto a segunda encampou a luta por melhores condições de emprego, salário e trabalho da classe perante as empresas jornalísticas.

As folhas político-partidárias encontravam-se em decadência, seja pela desaparição das condições econômicas que permitiram seu desenvolvimento durante tanto tempo, seja pelo próprio redimensionamento em curso no campo político. O jornalismo passava por uma fase de modernização, que acompanhava as transformações em curso na sociedade e, no contexto da qual, a pregnância do campo político foi substituída pela análise dos movimentos de mercado.

O Brasil estava vivendo uma nova etapa de desenvolvimento econômico, na qual o principal aspecto era o processo de industrialização verificado a partir de 1930. Em conseqüência disso, houve uma expansão das atividades comerciais e do mercado interno que fomentou o desenvolvimento das modernas empresas jornalísticas, aumentando o público leitor e, de verdade, criando o negócio da publicidade, que progressivamente se tornou a primeira fonte de financiamento do jornalismo.

A publicidade, vale lembrar, está ligada a determinado estágio das relações sociais. As propagandas e pequenos anúncios das primeiras décadas do século não tinham caráter sistêmico em nosso jornalismo. A publicidade se estrutura, porém, de maneira orgânica no novo regime jornalístico, fazendo com que os jornais passem a existir para os anunciantes. Na década de 1930, surgem as primeiras agências de propaganda, que estabelecem uma ligação estrutural entre o modo de produção e o consumo pela mediação dos novos meios de comunicação.

Entretanto, o papel da publicidade foi contraditório. Por um lado, fomentou o desenvolvimento das empresas jornalísticas, estimulando e tornando possível sua modernização gráfica e editorial; mas, por outro, fortaleceu suas tendências à concorrência monopolista, com a conseqüente concentração da imprensa em uns poucos grandes jornais, na medida em que o crescimento das condições econômicas e culturais do mercado, necessário para promover uma expansão correlata do jornalismo informativo, nunca saiu do embrião.

Por outro lado, convém notar que essa metamorfose verificada no jornalismo não lhe tirou o aspecto político; a conquista da autonomia frente ao campo político não significou sua perda, mas uma mudan-

ça de forma. A nova empresa jornalística é uma agência política que apenas não expõe seu nome.

O *Correio do Povo*, para citar apenas um caso, nunca foi um jornal apolítico, como reza sua lenda. Segundo Breno Caldas, então seu diretor, a imprensa deve ter a missão de informar, representa um "veículo de expressão dos anseios do povo, a sua tribuna, um estuário de suas queixas e o reflexo de suas opiniões e anseios". Em resumo, ela "aprecia as medidas dos governos para apresentá-las ao tribunal da opinião pública, onde vão ter a ressonância desejada" (Discurso na Associação Rio-Grandense de Imprensa, 1/10/1945).

Porém, isso nunca valeu em nosso meio, nem mesmo para os jornais de sua empresa. O *Correio*, por exemplo, apoiou abertamente a chapa Getúlio-João Pessoa em 1929. Consta inclusive que os vultosos fundos destinados, por sua direção, à campanha eleitoral levaram o jornal a passar por uma grave crise interna, que ameaçou seu próprio controle por parte da família Caldas (Galvani, 1985, p.264-273).

Durante a década de 1930, por sua vez, a empresa envolveu-se num conflito muito duro com o governador Flores da Cunha. Breno Caldas decidira apoiar, após um período de rejeição, o projeto varguista de desenvolvimento capitalista para o País, cujos termos centralizadores haviam gerado uma dissidência com Flores.

O *Correio* passou a publicar então uma série de notícias e reportagens negativas sobre o governo. Flores proibiu a distribuição dos jornais pela via férrea e organizou uma campanha de devolução de assinaturas entre os filiados ao Partido Republicano Liberal. Além disso, mandou cortar a publicação de anúncios e atos oficiais no jornal, através de medida que incluía as prefeituras.

Alcides Gonzaga, contemporâneo dos fatos, nos fornece um retrato bastante vivo dos termos da questão.

> Divulgando notícias e fazendo comentários nem sempre agradáveis à situação imperante, viu-se o *Correio do Povo* alvo da maior campanha empreendida por um Governo contra um jornal, de conceito solidamente firmado no Rio Grande do Sul. A circulação desse matutino foi suspensa por duas vezes, sendo agredidos os seus redatores, em ruas centrais da cidade, por instigadores da polícia. (Gonzaga 1944, p.74)

O primeiro parágrafo da citação resume a defesa do jornal feita à época. Para sua direção, o jornal estava apenas noticiando fatos, cabendo à opinião pública tirar suas conclusões. Posteriormente, houve diversos casos do mesmo gênero, chegando alguns a determinar a decadência ou mesmo o término de grandes empresas jornalísticas.

O *Diário de Notícias*, que repartiu a liderança do jornalismo gaúcho com o *Correio* durante 3 décadas, entrou em declínio depois que a população porto-alegrense, tendo ligado o acontecimento à oposição da empresa, destruiu suas instalações, logo após o suicídio de Vargas (1954). A *Última Hora*, jornal da cadeia fundada em todo o País por Samuel Wainer, não somente lançou a imprensa popular, como renovou os padrões gráficos e noticiosos, desde sua fundação em 1960.

> A *Última Hora* foi, a rigor, o primeiro tablóide (não só no formato), no sentido estilístico de jornalismo na imprensa brasileira. À qualidade, ao oportunismo jornalístico e à dimensão das fotografias somava-se um desenho inflexível na diagramação. Usavam-se textos sintéticos e títulos com números exatos de batidas [...] definidos mais pela necessidade gráfica da página do que pelo texto. (Barros, 1999, p.56)

A folha teve grande receptividade entre o público leitor, principalmente por parte das camadas

populares emergentes, desenvolvendo um jornalismo engajado na política populista da época, mas rico em conteúdo informativo e editorial. Em 1964, foi forçada a fechar suas portas, devido à pressão militar deflagrada em seguida ao golpe que derrubou João Goulart.

Em função desses casos, o caráter político do jornalismo foi-se dissimulando ainda mais, traduzindo-se em "políticas noticiosas" extremamente sutis, mas eficazes no processo de modelagem da opinião pública. A racionalidade econômica tomou conta aos poucos do jornalismo rio-grandense, transformando significativamente o modo de sua influência nas relações de poder que atravessam a sociedade.

Além da dissimulação de seu caráter político, a principal conseqüência dessa subsunção do jornalismo à racionalidade econômica foi a paulatina decadência da imprensa interiorana e a hegemonia daquela da capital.

PANORAMA DA SITUAÇÃO INTERIORANA

No interior, o florescimento do novo regime jornalístico foi contido pela pregnância da atividade ao campo político e também pela falta de sustentação econômica para a montagem e gerência de empresas jornalísticas modernas. Em função disso, seu espaço foi progressivamente preenchido pelos grandes jornais porto-alegrenses, que conquistaram as comunidades interioranas graças ao desenvolvimento dos meios de transporte e à própria modernização das técnicas de distribuição.

Conforme um contemporâneo da fase terminal desse processo:

> Veio porém o progresso da imprensa brasileira. Novos sistemas gráficos facilitariam o trabalho de divulgação. E começou não o declínio da imprensa interiorana senão que a ascensão dos jornais metropolitanos. Por fim, chegou o avião, como veículo que encurta distâncias e permitiu que os grandes jornais aumentassem o seu raio de circulação. A concorrência que se fez sentir então veio eliminando gradativamente a imprensa do interior. (*O Rio Grande*, Rio Grande, 30/11/1963)

Não obstante essa decadência, surgiram várias empresas e jornais que lograram, em certo grau, superar as adversidades do tempo, transformando o panorama da imprensa interiorana do Rio Grande do Sul. Entre eles, merecem menção *A Razão*, o *Jornal do Povo* (Pelotas, 1938-1949), a *Folha da Serra* (Cruz Alta, 1937-1966), a *Folha do Povo* (Rio Grande, 1939-1955), *O Nacional* (Passo Fundo, 1925), o *Diário da Manhã* (Passo Fundo, 1935) e *O Pioneiro* (Caxias do Sul, 1948).

A Razão, diário santa-mariense que circula até hoje, a exemplo dos últimos 4 citados, foi fundado em 1934. Em poucos anos, tornou-se o principal jornal da região do planalto, graças à organização de um sólido departamento comercial e ao emprego dos serviços ferroviários como meio de distribuição, que lhe permitiram conquistar 60% do mercado regional e sustentar a concorrência do velho *Diário do Interior* e, depois, do moderno *Diário do Estado*.

Numa primeira fase, essas folhas procuraram substituir o colunismo pela notícia, o artigo político pela reportagem ou pela entrevista, forçando uma mudança de mentalidade que contribuiu para a troca da arte de escrever pela captação objetiva dos fatos na profissão do jornalista. O próprio número de jornalistas profissionais empregados cresceu no interior, passando de 47 para 91 (24% para

30% do total) entre 1930-1940. A única preocupação era adequar-se aos padrões em ascensão na vanguarda do jornalismo gaúcho, conforme um projeto cujo ponto de partida pode ser localizado no editorial de apresentação do *Jornal do Povo*:

> Tanto como esses órgãos de publicidade (da capital) compreendemos que a época não mais comporta o espírito combativo das passadas usanças jornalísticas, em cujas lides sentia-se, em geral, o crepitar das paixões partidárias, das quais resultaram, por vezes, longos períodos de luta fratricidas. Esta fase felizmente passou. (*Jornal do Povo*, Cachoeira, 30/6/1929)

Na verdade, essa fase só terminaria com a proclamação do Estado Novo (1937). A ditadura varguista proibiu os partidos políticos e suspendeu a publicação de seus órgãos de imprensa, forçando a transformação em periódicos noticiosos daqueles interessados em manter sua sobrevivência. Em conseqüência, houve a consolidação do novo regime jornalístico, mas também a consagração da hegemonia do *Correio do Povo* e do *Diário de Notícias* na imprensa do Rio Grande do Sul.

Para se ter uma noção disso, basta notar que, num período de 25 anos, a contar daquela data, a participação dos jornais porto-alegrenses no total da tiragem de jornais do Estado passou de 25% para 60%. A política era a base de sustentação do jornalismo interiorano; quando ela entrou em eclipse, a atividade sofreu uma profunda depressão. Nessa época, com efeito, os velhos jornais foram desaparecendo, apesar das tentativas de se modernizarem. As reformas gráficas não foram suficientes para conter o declínio das folhas, em luta com concorrentes mais fortes e mais bem estruturados para responder às novas demandas da época. Dentre tantos jornais lançados nesse período, podemos citar

o *Jornal da Manhã* (Bagé, 1946-1961); o *Diário do Estado* (Santa Maria, 1945-1960); e *A Vanguarda* (Uruguaiana, 1951-1966).

Evolução da tiragem total dos jornais gaúchos
1930-2000 (em milhares de exemplares/dia)

Ano	RS	POA	POA/RS
1930	210	40	19%
1940	235	65	27%
1950	275	115	42%
1960	332	190	57%
1970	375	210	56%
1980	415	260	62%
1990	550	300	60%
2000*	750	430	57%

Fontes: (1930) IBGE; (1940) DIP; (1950) SEC; (1960-1990) IBGE.
*Excetua-se do cálculo os números do *Diário Gaúcho*, lançado em 2000 pela RBS.

Primitivamente, novos padrões na atividade jornalística começam a se manifestar, como demonstra a fundação de *A Platéia*, folha diária que nasceu do crescimento de popularidade de um folheto noticioso e publicitário distribuído por seu primeiro proprietário e diretor aos freqüentadores da sala de cinema de sua propriedade na cidade de Livramento (1937).

Para concorrer com os jornais da capital, diversas folhas sofreram reformas e passaram a sair de modo vespertino, tentando furar os grandes diários com as últimas notícias do dia, bastando citar como exemplos a *Gazeta da Tarde* (Rio Grande, 1941-1955) e o *Jornal da Tarde* (Pelotas, 1949-1958). Noutros casos, verificou-se a fusão de empresas concorrentes; o principal exemplo disso foi a compra d'*A Opinião Pública* pelo *Diário Popular*, em 1944.

Entretanto, todos esses esforços revelaram-se inúteis. Os novos vespertinos quebraram, assim como a maioria dos periódicos surgidos depois de 1945. Em 1960, fecha o sexagenário *O Tempo*, de Rio Grande. Posteriormente, seguem o mesmo des-

tino a *Opinião Pública* (1962); a *Folha da Serra* (1965); e *O Commercio* (1966). Em suma, havia uma crise em curso na imprensa do interior, cuja solução só viria no final dos anos 60.

Nessa época, começou de fato um movimento de organização do jornalismo interiorano, cujas origens remontam à fundação da Associação dos Jornais do Interior (1962) e que, baseando-se em investimentos em maquinário e concentração de capitais, levaria várias empresas a conquistar posição de destaque no mercado de jornais do Rio Grande do Sul.

O Grupo Editorial Sinos, de Novo Hamburgo, deu o primeiro exemplo para essa reestruturação empresarial dos jornais do interior. Em 1968, montou a segunda rotativa *offset* do sul do País. Logo depois, transformou em diário sua folha semanal (*NH*). Por fim, lançou um título de circulação regional, chamado *Vale dos Sinos*.

Para servir o setor calçadista, os Gusmão, proprietários da empresa, lançaram o semanário *Exclusivo* (1969) e a revista *Brazil Export* (1976). Em seguida, começaram uma experiência em escala estadual, passando a publicar o *Jornal da Semana* (1970-1974). Em 1975, o parque gráfico sofreu nova reforma, adotando modernos serviços de computação e, no ano seguinte, adquiriu novo maquinário, o que lhes permitiu fazer as experiências (fracassadas, diga-se de passagem) do *Diário da Indústria e Comércio* (1979) e do *Estado do Rio Grande* (1985).

Em 1990, os jornais do grupo possuíam uma tiragem conjunta de mais ou menos 50 mil exemplares por dia, que circulavam em cerca de 60 municípios do Estado, e suas redações haviam passado por um amplo processo de informatização (Vianna, 1992, p.100-109). Depois, a empresa ainda lançou

Elementos comparativos da situação editorial, financeira e profissional de alguns jornais do interior do Rio Grande do Sul (1995)

	Diários (2ª a sábados)			Diários (2ª a sábados)		Tri-semanários	Bi-semanários
Folha / Indicador	*NH* Novo Hamburgo	*Diário Popular* Pelotas	*A Razão* Sta.Maria	*A Platéia* Livramento	*Pioneiro* Caxias do Sul	*A voz da Serra* Erechim	*Jornal de Uruguaiana*
Número de páginas (média com suplemento não comerciais)	48	36	28	16	32	24	16
Tiragem (média por edição)	40.000	20.500	16.800	3.500	16.000	3.000	3.500
Assinaturas (média por edição)	35.300	13.000	12.800	1.600	–	2.840	3.200
Lucro Operacional %	5%	64%	–	50%	–	64%	–
Número de Empregados	174	163	123	32	210	17	28
Número de jornalistas com % sobre o total de empregados	40(22%)	40(25%)	20(18%)	7(25%)	46(22%)	5(29%)	8(28%)

Fonte: Dornelles (1999), com exceção do *Pioneiro*.
* O jornal voltou à periodicidade diária desde 1997.

Elementos comparativos da situação editorial, financeira e profissional de alguns jornais do interior do Rio Grande do Sul (1995)

Folha / Indicador	Diários (2ª a sábados)					Tri-semanários	Bi-semanários
	NH Novo Hamburgo	*Diário Popular* Pelotas	*A Razão* Sta.Maria	*A Platéia* Livramento	*Pioneiro* Caxias do Sul	*A voz da Serra* Erechim	*Jornal de Uruguaiana*
Número de páginas (média com suplemento não comerciais)	48	36	28	16	32	24	16
Tiragem (média por edição)	40.000	20.500	16.800	3.500	16.000	3.000	3.500
Assinaturas (média por edição)	35.300	13.000	12.800	1.600	–	2.840	3.200
Lucro Operacional %	5%	64%	–	50%	–	64%	–
Número de Empregados	174	163	123	32	210	17	28
Número de jornalistas com % sobre o total de empregados	40(22%)	40(25%)	20(18%)	7(25%)	46(22%)	5(29%)	8(28%)

Fonte: Dornelles (1999), com exceção do *Pioneiro*.
* O jornal voltou à periodicidade diária desde 1997.

uma folha dominical em formato *standard*, com vistas a preencher um hiato no mercado, chamada *ABC Domingo* (1995). O principal foco dos planos de expansão do seu negócio parece estar, porém, na própria região, como prova a criação do *Diário de Canoas*, em 1992.

Entre os grupos que seguiram esse exemplo, merecem menção a Cia. Jornalística Publipam (Panambi); a Empresa Jornalística Planalto Médio (Ijuí); a Cia. Jornalística da Região dos Pinheiros (Farroupilha); a Cia. Diário da Manhã (Passo Fundo); e o Grupo Grisólia (São Luiz Gonzaga). Todas essas empresas editaram ou ainda editam diversos jornais, que circulam em dezenas de municípios, tendo-se constituído ao longo dos anos 70.

O esquema empresarial desses grupos se baseia na concentração da produção industrial em modernos parques gráficos, na centralização das atividades jornalísticas em uma única redação e na renovação dos padrões gráficos e editoriais do jornalismo regional. Em alguns casos, verifica-se inclusive uma preocupação especial com a qualificação do produto, havendo a montagem de redações com pessoal profissional devidamente habilitado, que tem contribuído para a superação do amadorismo durante tanto tempo vigente na imprensa do interior. Apenas 14 dos títulos existentes não eram produzidos pelo sistema *offset* de impressão em 1990.

A modernização tecnológica, gráfica e editorial também permitiu a sobrevivência e ascensão de empresas que optaram pelo aumento da circulação de seu veículo, em detrimento da multiplicação de títulos. Em Caxias, *O Pioneiro* tornou-se um jornal com expressão a partir de sua transformação em diário e a adoção dessa fórmula, no início dos anos 70. *A Voz da Serra* (Erechim,

1929) e a *Gazeta* (Santa Cruz, 1944) são apenas mais dois exemplos bem-sucedidos dessa outra estratégia de renovação do jornalismo interiorano, que, não obstante, nem sempre vem dando certo, como demonstra o fracasso das experiências jornalísticas d'*O Fato* (Santa Maria, 1974); d'*A Gazeta Pelotense* (Pelotas, 1976-1978); e d'*Agora* (Rio Grande, 1976-1980).

A Cia. Jornalística Publipam, que introduziu o método *offset* no Estado (*A Notícia Ilustrada*, Panambi, 1968), chegou a ter 11 jornais, que circulavam em cerca de 80 municípios do Rio Grande. Possuía máquina impressora com condições de tirar até 15 mil exemplares de 24 páginas por hora o que não era pouco para uma empresa do interior por volta de 1970. Porém, em virtude da má gestão do negócio, o grupo foi desmembrado antes mesmo de fazer frente, como os demais o tiveram de fazer, às sucessivas crises econômicas por que tem passado o País desde 1980.

Sucedeu-lhe o grupo da folha *A Região* (Sarandi), possuidor de 7 títulos, que hoje segue uma filosofia jornalística um pouco diversa, a exemplo da Rede Comunitária de Comunicação, formada em meados dos anos 70. Proprietária do jornal *A Platéia* (Livramento) desde aquela época, essa rede possui ainda várias rádios e jornais na zona da fronteira, que vêm-se desenvolvendo com base em um trabalho de parceria com empresários das várias cidades em que atua. Em Alegrete, Quaraí, Rosário, Dom Pedrito, Candiota, São Gabriel e outras cidades, funciona, com efeito, um esquema editorial e comercial interessante, através do qual, ao caderno geral, comum a todos os jornais das cidades citadas, soma-se um caderno local, sustentado por empresários da localidade.

Em geral, porém, parecem tormentosos os dias por vir para a imprensa interiorana que não souber responder com criatividade aos novos tempos e às novas realidades engendradas pelo avanço da moderna indústria cultural. A competição dos jornais dos grandes centros, que chegam cada vez mais cedo e mais rápido ao interior, para não falar das novas mídias, tem levado parte crescente dos leitores dessa região a lerem sempre mais as folhas das capitais, segundo dados disponibilizados pelas pesquisas acadêmicas e de mercado. O resultado é um maior enfraquecimento desses jornais, que se vêem obrigados a diminuir sua periodicidade, tamanho e abrangência. Beatriz Dornelles mostrou, através de uma sondagem bem expressiva, que, agora não por acaso, pelo menos um terço dos leitores dos jornais do interior sentia-se frustrado em suas expectativas de informação (1999, p.341).

Destarte, na última década, surgiram novas tendências no jornalismo interiorano: cresceu a percepção de que há interesses diversos em seu meio e de que essa diferenciação não podia mais ser mascarada, como sugere a criação da Associação dos Diários do Interior – ADI – em 1992. Gostemos ou não, é cada vez mais nítida a divisão das folhas do interior, havendo, por um lado, aquelas que tentam sobreviver como empresas de informação e, de outro, aquelas que mal sobrevivem como simples jornais, como exemplificam as dezenas de pequenos hebdomanários que circulam pelo Estado. Dos 193 jornais regulares existentes em 2000, por exemplo, cerca de 140 são semanários, cuja tiragem, em sua maioria, não passa de 2 mil exemplares, e o número médio de páginas, de 20.

A expansão dos jornais maiores e a criação de novas fontes de informação também vêm forçan-

do as folhas interioranas a procurar novas concepções editoriais, para além da modernização gráfica, tecnológica e organizacional. As empresas inclinam-se agora pelo chamado jornalismo comunitário, que em muitos centros vem se combinando com o modelo empresarial que começou a se tornar hegemônico na imprensa interiorana gaúcha na década de 1970.

A solução para a competição com os novos e maiores meios de comunicação, crêem seus arautos, estaria na integração à vida das comunidades; na difusão e promoção de suas atividades políticas, sociais e, sobretudo, econômicas (empresariais).

Segundo a direção do velho *Diário de Pelotas*, que passou por profunda modernização gráfica e tecnológica a partir de 1984, entende-se cada vez mais, em resumo, que:

> O jornal [do interior] deve ser o porta-voz da comunidade, deve falar e traduzir suas aspirações. Deve ser elo de integração e unidade, arauto das boas causas, guardião de suas tradições, repositório dos fatos sociais, econômicos e políticos que emolduram o cenário em questão. (citado em Dornelles, 1999, p.323)

Visando bem entender esses novos fenômenos, convém agora voltar os olhos para as profundas mutações que afetaram o contexto geral da atividade jornalística rio-grandense no período. Especialmente a conversão das grandes empresas em conglomerados de comunicação, que fez a imprensa gaúcha ingressar no estágio da indústria cultural.

A passagem do jornalismo gaúcho à fase industrial cultural coincide com o surgimento dos grandes conglomerados de comunicação, resultantes da fusão entre empresas jornalísticas e emissoras de rádio e televisão, cuja vanguarda coube e vem sendo mantida pelo grupo RBS.

As grandes empresas jornalísticas habilitaram-se naturalmente a explorar o negócio de radioteledifusão, que acabou se tornando rapidamente o principal meio de formação e informação da opinião pública no Rio Grande do Sul e no Brasil. Em conseqüência desse processo, o próprio jornalismo passou a sofrer uma série de transformações, independente do meio, o que vem nivelando-o aos espetáculos de variedades, subsumindo-o aos esquemas mercadológicos do que convencionou chamar de indústria cultural.

As raízes desse processo, que constitui um aspecto do movimento da sociedade capitalista como um todo, remontam em nossa região à década de 1930. Na sua reconstrução, seremos necessariamente esquemáticos, tendo em vista a complexidade da questão, cujo esclarecimento exigiria uma pesquisa sobre as próprias origens da indústria cultural no Rio Grande do Sul. Em linhas gerais, pode-se constatar que a subsunção do jornalismo rio-grandense aos esquemas da indústria cultural começou mais diretamente com seu emprego pelo cinema.

Os primeiros cineastas gaúchos, não podendo realizar filmes de ficção, recorreram às reportagens filmadas para vender seu trabalho, registrando diversos momentos do cotidiano e da atualidade com suas câmaras ainda na década de 1910. Mais tarde, foram realizados vários documentários sobre nossa realidade sociocultural, mas é difícil saber se essas produções podem ser classificadas como jornalismo. Na verdade, o jornalismo cinematográfico rio-grandense só passou a ser realidade com o surgimento da produtora Leopoldis-Som, no final dos anos 20.

Ítalo Manjeroni, proprietário da empresa, produziu de fato, durante 5 décadas, um importante ci-

nejornal, que servia de programação prévia para exibição de filmes em vários cinemas do sul do Brasil. *Atualidades Gaúchas* foi a primeira manifestação, de peso, do jornalismo audiovisual rio-grandense, constituindo-se hoje em valiosa fonte de pesquisa sobre a história social do Rio Grande do Sul. Manjeroni destacou-se do resto como documentarista, tendo sido responsável pela produção, entre outros trabalhos, do famoso documentário sobre a enchente de Porto Alegre em 1941.

A *Revista do Globo* caracteriza-se também como um dos primeiros veículos da indústria cultural na região, embora suas preocupações literárias e jornalísticas nunca tenham sucumbido de todo a seus esquemas. Embora desde 1938 chamasse a si mesma de *Magazine do Lar Rio-Grandense*, a revista tinha um acento cultural distinto da racionalidade instrumental que, mais tarde, viria impor-se em nosso jornalismo. Os 80 mil exemplares quinzenais que tirava em 1960 eram muito poucos, porém, para fazer frente aos novos padrões concorrenciais que vinham-se implantando. Na verdade, estava ocorrendo que seu modelo editorial servia para construir localmente o contexto de recepção de uma série de revistas de variedades publicadas no centro do País (como *O Cruzeiro* e *Manchete*). Revistas que, mal ou bem, acabaram tirando-lhe o espaço, decretando sua decadência e levando ao seu fechamento em 1967.

Na verdade, o desenvolvimento do jornalismo gaúcho, nos quadros da indústria cultural, só ocorreu com a fusão das empresas jornalísticas com as de radioteledifusão e o conseqüente surgimento dos grandes e médios conglomerados de comunicação, verificado a partir da década de 1930. Nessa época, os Diários e Emissoras Associadas encontra-

vam-se em plena expansão, formando uma cadeia de jornais e emissoras de rádio que se estendia pelas diversas regiões do País. Assis Chateaubriand despontava, então, como principal empresário do ramo de jornalismo e comunicação do País, cuja entrada no mercado gaúcho ocorrera através da compra do poderoso *Diário de Notícias*, em 1930.

Quando da trama que levou à Revolução daquele ano, os Diários Associados haviam entrado em negociações, que envolviam fundos políticos, para a compra do *Correio do Povo*. Temendo-se uma concentração de poder muito grande, o negócio acabou abortado pela intervenção de Oswaldo Aranha (Wainberg, 1998, p.127).

Nos 20 anos seguintes, o jornal teve seu auge, passando por várias reformas e melhoramentos que o colocaram ao lado do *Correio*, na vanguarda do jornalismo do Rio Grande do Sul. Para vencer o concorrente, a empresa não somente empregou todos os meios noticiosos ao seu alcance como desenvolveu uma política mercadológica moderna, criando suplementos editoriais específicos e promovendo eventos sociais como bailes e concursos.

Em 1941, Chateaubriand investiu no mercado interiorano, comprando o diário *A Razão*, de Santa Maria. O jornal passou, então, por várias reformas gráficas, que procuraram adequá-lo aos padrões mais modernos da época e teve como resultado a liquidação do "jornalismo de tribuna, tão comum no interior" (*Publicidade e Negócios*, Rio de Janeiro, 20/6/1956).

Entretanto, a contribuição mais original dada ao jornalismo pela empresa foi no campo da radiodifusão. As origens do rádio gaúcho remontam aos anos 20. Em 1924, foi fundada a Rádio Sociedade RioGrandense, de Porto Alegre. Posteriormente,

foram surgindo outras emissoras, destacando-se a Rádio Gaúcha, em 1927. As potencialidades de emprego jornalístico do novo meio foram sendo descobertas paulatinamente, revelando-se abertamente durante a Revolução de 1930. Logo, surgiram os primeiros programas de resenhas noticiosas, destacando-se na sua confecção os profissionais da Rádio Difusora.

Apenas para se ter uma idéia, havia cerca de 165 mil aparelhos receptores no País em 1934. Desses, cerca de 24 mil estavam localizados no Rio Grande do Sul. Seis anos mais tarde, o número crescera para cerca de 420, sendo que 50 mil deles funcionavam no Estado. "A radiodifusão se integrou hoje aos nossos hábitos sociais. Aqui – quando não se tem em casa um aparelho de rádio – pode-se escutar o que transmite o rádio do vizinho", escrevia-se à época (*A Federação*, 14/3/1934).

Redesenhando uma prática consagrada, "os alto-falantes faziam as vezes das sirenes, usadas então pelos diários da capital para anunciar ao público a chegada de um importante telegrama noticioso logo afixado em frente à redação" (Ferraretto, 2000: 153). Porém, as condições técnicas necessárias para a feitura de reportagens ainda era demasiado precária, e não mais de 6% da programação era jornalística, segundo as estatísticas feitas um pouco depois pelo DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda do Estado Novo).

Os Diários e Emissoras Associados dinamizaram esses serviços a partir da compra das rádios Farroupilha (1943) e Difusora (1944). A primeira passou a atuar em colaboração com os jornais da empresa, transmitindo seu *jornal-falado* noturno desde a redação do *Diário de Notícias*. A Difusora, que fazia uma programação mais popular,

lançou um programa de variedades com apelo jornalístico, chamado "Atração Difusora", que possuía uma seção de leitura de cartas de ouvintes e de utilidade pública denominada "O público reclama". Em 1945, as emissoras formaram a Rede Piratini, para transmitir em conjunto o grande jornal falado da empresa e no qual "vários locutores alternavam-se na leitura do informativo", seguindo um modelo então já em voga na imprensa rio-grandense, como bem nota Luiz Artur Ferraretto (2000, p. 259).

Na década de 50, o jornalismo radiofônico ainda era comandado pela Farroupilha. Apesar de já existirem gravadores, esses só eram usados com finalidades de reportagem em ocasiões extraordinárias, dado o difícil manuseio da aparelhagem (Ferraretto, 2000, p. 265). Os programas desse tipo e a cobertura de esportes (turfe e futebol), que haviam sido a sensação da década anterior, faziam-se por meio de transmissões em tempo real e, embora ocupando espaço menor na grade, ainda eram um elemento característico da programação levada ao ar pelas emissoras porto-alegrenses.

A principal atração jornalística era porém a versão local do famoso "Repórter Esso" (1942): "O *Repórter Esso*, patrocinado pela Cia. Esso de Petróleo, já havia estreado na Rádio Nacional do Rio de Janeiro, em agosto de 41, com enorme sucesso" e, esse, voltou a se repetir em Porto Alegre, já que, até então, "a maioria dos noticiosos ou jornais-falados, como diziam na época, serviam-se de matéria publicada na imprensa [e] eram transmitidos com muitas horas de atraso" (Dillenburg, 1990, p.17).

Os Diários Associados estavam no seu auge, quando sobreveio o desastre. Em 1954, a população porto-alegrense, revoltada com a campanha an-

tivarguista do seu principal jornal, quebra as instalações do *Diário de Notícias*. A folha suspende a circulação durante um ano, só voltando com a compra do parque gráfico e do próprio jornal *A Hora*. *A Hora*, que havia sido fundada no vácuo formado pela falta do matutino, renovara em pouco tempo os padrões gráficos da imprensa gaúcha, esboçando os primeiros movimentos daquilo que alguns anos depois seria chamado de diagramação e planejamento visual.

O negócio que envolveu o jornal não só lhe foi prejudicial como não reviveu o prestígio anteriormente detido pelo *Diário de Notícias*. *A Hora* foi transformada em vespertino tablóide pelos Diários Associados. Em 1961, fechou suas portas. O *Diário de Notícias*, reaparecido com uma linha mais conservadora, foi gradualmente perdendo contato com o novo público leitor, entrando em profunda decadência no final da década de 1960.

A Caldas Júnior foi a principal beneficiária desse declínio dos associados. Com a quebra do *Diário*, seus jornais tornaram-se os principais do Estado. O *Correio do Povo*, que tirava 50 mil exemplares diários em 1950, viu suas tiragens crescerem à razão de mil por ano até meados da de 1970. A *Folha da Tarde* seguiu a mesma trajetória ascendente, passando a tirar uma edição esportiva que daria origem a um jornal, A *Folha da Manhã*, em 1969. A Caldas Júnior era então a sétima maior empresa do ramo em todo o País, dominando sem concorrente real o mercado de jornais do Rio Grande do Sul.

No campo da radiodifusão, a empresa ingressou com a fundação da Rádio Guaíba em 1957. Essa emissora rapidamente tomou a dianteira dos concorrentes na área do jornalismo, passando a

investir maciçamente em coberturas esportivas e programas noticiosos regulares, que criaram fama e estilo no radiojornalismo do Rio Grande do Sul.

Em termos gerais, porém, o jornalismo não constituía um gênero valorizado nas emissoras de rádio do Estado. A programação com retorno financeiro era dada pelas novelas e *shows* de variedades, havendo apenas o cumprimento do horário legal na maioria das emissoras. No interior, principalmente, concessões exploradas por empresas jornalísticas não significaram nenhuma vantagem para o jornalismo, vigorando nelas também o sistema de recortes e leitura de periódicos como base do serviço noticioso da emissora. De certo, houve exceções, podendo-se citar os casos da Rádio Pelotense e da Rádio São Francisco, de Caxias.

Porém, de fato, o jornalismo sempre foi marginalizado na programação radiofônica da maioria das emissoras, verificando-se uma mudança mais significativa na situação apenas nos anos mais recentes, quando a necessidade de segmentar o mercado levou algumas emissoras a dedicarem maior espaço à programação jornalística, pelo menos em Porto Alegre.

Percentagem estimada da programação jornalística na programação total das emissoras de rádio e televisão do Rio Grande do Sul

Ano	Rádio	Televisão
1940	9%	—
1950	6%	—
1960	9%	27%
1970	12%	6%
1975	13%	16%
1980	15%	25%
2000	18%	30%

Fontes: (1940) DIP; (1950/1960) SEC; (1975) ARP; (1970/2000) Autor.

O telejornalismo, que se tornou a principal fonte de informação da população rio-grandense há duas décadas, não se desenvolveu de maneira mais satisfatória do que o jornalismo de rádio, pelo menos nos primeiros tempos da televisão no Rio Grande do Sul. Os Diários Associados, como se sabe, foram os pioneiros no desenvolvimento desse meio de comunicação em nosso Estado, tendo fundado a TV Piratini em 1959. Nessa emissora, foram ao ar os primeiros telejornais gaúchos, que se caracterizavam pelo excesso de falas e pobreza de imagens, devido às dificuldades técnicas existentes e ao alto custo de produção do material filmado. Em conseqüência disso, essa programação era pouco atraente para o grande público, como de resto parecia ser toda a programação da televisão nos primeiros tempos, segundo pode-se ler nas revistas da época.

Objetivando mudar esse panorama, a Televisão Piratini contratou durante certo tempo os serviços de uma produtora independente para filmar os acontecimentos do dia, chamada DK Filmes. As *Reportagens Banmércio* (Piratini) e o *Show de Notícias* (Gaúcha), tentando aprimorar a programação do gênero, chegaram às raias do sensacionalismo. Entretanto, os resultados foram pífios: o telejornalismo continuou sendo um primo pobre, prisioneiro de estúdio, de uma televisão que, por sua vez, estava longe de ser brilhante e inspirada.

O entendimento explanado de memória e segundo o qual, na fase heróica, "o jornalista [televisual] era mais criativo e talentoso, [pois] não se exigia tanto dele como hoje (sic), quando o repórter edita, produz, redige, apresenta..., [tendo, porém, de] ser mais elaborado" só em parte mínima tem respaldo na realidade (conforme depoimentos coletados por Kilpp, 2000, p.96-103).

Nos anos 70, o panorama todavia começou a se modificar, devido aos investimentos feitos na área pela TV Difusora. Fundada em 1969, a emissora associara-se, em suas atividades jornalísticas, à empresa que ainda hoje edita na capital um diário de circulação dirigida, chamado *Jornal do Comércio* (1956). A renovação das práticas vigentes no telejornalismo local de fato começou por seu intermédio, permitindo que ela adquirisse uma liderança nesse setor através, sobretudo, de dois programas: o *Portovisão* e o *Câmera 10*.

O primeiro deles era levado ao ar no horário do meio-dia e lançou o esquema do programa jornalístico de variedades, baseado na apresentação de diversos quadros e seções de comentários; o segundo, exibido no horário da noite, durante 9 anos, criou novos padrões de edição e exposição do noticiário, recorrendo de maneira criativa ao material fornecido pelas agências noticiosas nacionais e internacionais, além de explorar as potencialidades da linguagem coloquial para apresentar as notícias. Em ambos os casos, houve a superação dos velhos padrões radiofônicos, que durante tanto tempo haviam imposto à televisão o esquema do jornal-falado.

O *Câmera 10* foi ao ar pela última vez em 1980. A data é importante porque marca o período de início da supremacia do grupo RBS não somente no jornalismo, mas no próprio movimento da indústria cultural no Rio Grande do Sul.

REDE BRASIL SUL: JORNALISMO E INDÚSTRIA CULTURAL

A história do conglomerado é bastante conhecida e está ligada ao nome de Maurício Sirotsky So-

brinho, que era responsável pela locução de um serviço de alto-falantes que funcionava na praça central de Passo Fundo nos anos 40. Em 1957, ele se tornou sócio da Rádio Gaúcha, cuja empresa possuía a concessão de um canal de televisão, inaugurado em 1962. Quatro anos depois, o empresário se tornou sócio-diretor do jornal *Zero Hora*, tablóide vespertino publicado em substituição à *Última Hora*, desde 1964.

Conforme observa Jefferson Barros, as semelhanças entre os jornais eram meramente superficiais, senão fruto de oportunísmo: "*Zero Hora* é tão sucessor e continuador de *Última Hora* quanto o regime monárquico ultra-reacionário, restaurado na França em 1815, foi continuidade dos jacobinos e de Robespierre" (1999, p.157).

A verdade histórica porém é que o negócio deu origem ao segundo grande conglomerado de comunicação, formado por jornal, rádio e televisão, no Rio Grande do Sul: a Rede Brasil Sul de Comunicação. O segredo de sua rápida transformação em empresa líder no mercado é matéria complexa, cuja explicação transcende à problemática do jornalismo, constituindo capítulo da história da indústria cultural no Brasil (Cruz, 1996, p.38-49).

Para as finalidades deste estudo, basta salientar que o grupo desenvolveu novos métodos de gestão empresarial em seus veículos, baseando seus negócios na renovação tecnológica de suas instalações e na qualificação mercadológica de seus respectivos produtos. Enquanto isso, seus concorrentes permaneceram aferrados aos padrões empresariais que haviam determinado seu sucesso nas primeiras décadas do século, ignorando as transformações econômicas, sociais e culturais em curso no contexto de reestruturação monopolística do ca-

pitalismo verificada em nosso País a partir da segunda metade da década de 1950. O resultado desse confronto foi a estagnação, seguida de declínio, dos concorrentes e a ascensão monopolizadora da RBS.

O processo de consolidação da liderança do grupo no campo do jornalismo seguiu determinadas fases, que direcionaram as principais preocupações da empresa sucessivamente para a mídia impressa, a televisão e o rádio.

Em 1969, *Zero Hora* tornou-se o primeiro jornal diário do sul do País a adotar a tecnologia *offset* de impressão, promovendo uma reforma de seu parque gráfico que tornou extremamente competitiva a área industrial da empresa.

> Como a *Folha da Tarde*, a *Zero Hora* lastreou o seu êxito sobre algumas linhas mestras, como polícia, esporte e reportagens, e sobre o ponto de vista técnico, boa impressão, cores e as dimensões de fácil manuseio que tanto agradam aos gaúchos e tanto espanta os visitantes de outros que chegam ao sul. (Galvani, 1986, p.30)

No ano seguinte, a RBS assumiu totalmente o controle do jornal, que sofreu uma série de reformas no sentido de modernizar seus métodos de gestão e adequar sua linha editorial às novas condições do mercado local, visando à conquista não apenas do público-leitor, mas da sua própria faixa de expansão.

Evolução do número de publicações periódicas editadas no Rio Grande do Sul e no Brasil: 1930-1990

Diários / Ano		BR	RS	Jornais	Diários
	(Total)	(Total)	(RS)	(RS)	(POA)
1930	1.859	152	125	26	6
1940	1.893	144	81	24	8
1950	1.862	202	103	23	8
1960	1.710	148	127	23	7
1970	1.691	124	114	18	6
1980	1.520	120	104	16	4
1990	1.948	168	120	23	3
2000	1.385	219	194	35	4

Fontes: (1930) IBGE; (1940) DIP; (1950/1980) IBGE; (1990) ABM; (2000) ADJORI/ADN/ABM/autor.

Em conseqüência dessa estratégia, tanto quanto da estagnação editorial e mercadológica da empresa concorrente, *Zero Hora* tornou-se não só a folha de maior venda avulsa no Estado, mas a maior em tiragem, batendo o *Correio do Povo* (1982). Para se ter noção desse processo, vale notar que, enquanto este último ainda ocupava o nono lugar no *ranking* dos maiores jornais do País, em 1979, no ano seguinte ele deixou de freqüentar a lista, passando o décimo lugar a ser ocupado por *Zero Hora* (Revista *Visão*: Quem é Quem na Economia 1979/1980).

A Caldas Júnior, enfrentando dificuldades financeiras decorrentes nem tanto da tardia instalação de sua emissora de televisão e da modernização de seu parque gráfico (Galvani, 1995, p.446), mas de uma gestão empresarial ultrapassada, estava em decadência, tomando o mesmo caminho dos Diários Associados, que haviam determinado o fechamento do *Diário de Notícias* (1979).

Breno Caldas, diretor do *Correio* desde 1935, logrou durante algum tempo usar do prestígio e relações que lhe conferiam seu grupo jornalístico para conter o declínio de seus órgãos de imprensa, solicitando aos credores, pertencentes sobretudo ao setor público, que o tratamento das dívidas da empresa fosse feito "de uma maneira global, na ampla multiplicidade dos seus aspectos: técnicos, conjunturais e políticos" (citado em Galvani, 1995, p.431-432). Mas a situação em pouco tempo acabou se tornando insustentável.

Em 1980, a empresa, de fato, suspendeu a circulação da *Folha da Manhã*, pondo fim a uma experiência que poderia ter renovado sua posição no mercado, dada a equipe de profissionais com que contou e a conjuntura favorável de seu lançamento em 1969. A *Folha da Tarde*, vespertino da empresa (Galvani, 1996), teve o mesmo destino poucos anos mais tarde, quando houve o triste episódio do fechamento do *Correio do Povo*, em 1984.

Em 1986, o *Correio* voltou a aparecer com nova direção, que, no ano seguinte, mudou-lhe as feições gráficas, transformando-o em tablóide, e, ao mesmo tempo, revolucionou o *marketing* da imprensa local, passando a distribuí-lo a domicílio, em troca de uma pequena taxa de entrega. A Caldas Júnior perdera a pujança que a havia tornado uma lenda jornalística, mas conseguira fazer sobreviver o *Correio do Povo*, recorrendo a uma fórmula barata mas inteligente, que conferiu à sua folha a marca muito expressiva – numericamente – de 200 mil assinantes em 1995, impressos desde então e de maneira simultânea, graças a transmissão via satélite do material, na capital e nas cidades de São Sepé e Carazinho.

A estratégia de conversão do velho jornal em uma espécie de síntese noticiosa evitou nova falên-

cia do negócio, mas não chegou a afetar a situação do mercado, servindo, na pior das hipóteses, como mais um fator que ajudou a quebrar o *Diário do Sul*.

Publicado pela empresa da *Gazeta Mercantil* (SP), a folha em tela tentou preencher o hiato surgido com o fim do *Correio do Povo*, apostando no jornalismo de alta qualidade durante o período em que circulou (1987-1988). Entretanto, faltaram-lhe forças para mudar o panorama da imprensa diária gaúcha. Nos anos 80, a concorrência monopolista encetada várias décadas antes chegara a um termo, cabendo a vitória ao projeto gráfico, editorial e mercadológico de *Zero Hora*.

Tiragem estimada dos principais jornais diários de Porto Alegre: 1975-2000 (em milhares de exemplares/dia)

Título \ Ano	1975	1980	1990	2000
Correio do Povo	60	95	155	240
Zero Hora	40	70	115	170
Folha da Tarde	50	50	–	–
Folha da Manhã	25	–	–	–
Diário de Notícias	30	–	–	–

Fonte: IBGE, material publicitário das empresas.

Para compreender essa rápida ascensão do jornal, não se pode esquecer, também, o modo como sua estratégia mercadológica e editorial se articulou com a principal mídia do grupo: a televisão. De fato, a TV Gaúcha distribuiu para todos os veículos do grupo os dividendos de prestígio e imagem que lhe trouxe a condição de afiliada rio-grandense da Rede Globo de Televisão. Não bastasse isso, a formação de uma rede de emissoras interioranas sob sua lide-

rança fomentou uma receptividade ao jornal da empresa, que soube tirar proveito dessa situação desenvolvendo, de maneira contínua, um produto editorial adequado em suas diversas conjunturas.

Nessa mesma época, a empresa passou a investir no telejornalismo, cuja liderança foi conquistada no final dos anos 70. Nesse campo, o sucesso foi largamente motivado pelo fato de suas emissoras retransmitirem a programação da Rede Globo. Porém, não se pode desconhecer o papel das emissoras do grupo na verdadeira revolução promovida no telejornalismo local com a adoção sistemática das câmeras de *videotape* portáteis na cobertura dos acontecimentos. De fato, as vantagens dessa tecnologia, que facilitou a inserção de registros gravados e *flashes* ao vivo na programação de estúdio, permitiram a renovação da reportagem televisual e do próprio conceito de telejornalismo, cujos padrões seguiram, é claro, aqueles da Rede Globo.

O *Jornal do Almoço*, programa de notícias, entrevistas e variedades levado ao ar no horário do meio-dia, tornou-se, conjuntamente com os telejornais da noite, emitidos com complementos locais dos telejornais da Globo, o carro-chefe do telejornalismo da empresa nessa conjuntura, mantendo boa sintonia até hoje. Porém, sua experiência jornalística mais importante foi, sem dúvida, a criação da Rede Regional de Notícias, que constituía inicialmente um quadro diário do *Jornal do Almoço*. A Rede, como se sabe, levava ao ar matérias jornalísticas produzidas pelas diversas emissoras do grupo, propiciando um maior conhecimento da realidade regional e também uma valorização do telejornalismo do interior do Rio Grande do Sul (Scarduelli, 1996).

Nos anos 80, a RBS passou a investir finalmente no radiojornalismo, tomando a decisão de trans-

formar sua principal emissora de rádio em emissora basicamente jornalística. A Rádio Gaúcha tornou-se então a "fonte da informação", responsável pela transmissão de programas jornalísticos durante as 24 horas do dia para todo o Estado.

Conforme relata o gerente responsável pelas mudanças por que passou a emissora à época (1983/1984):

> Busquei profissionais esquecidos ou simplesmente desprezados e dei-lhes força. Criei uma série de programas, todos na base do *talk and news*, e vesti-a toda [a rádio] com uma nova formatação. Paulatina mas firmemente fui eliminando a música. Diariamente, pastinha sob o braço, saía a visitar agências e clientes. [...] Pouco a pouco, a audiência foi crescendo, e o faturamento dobrou. Depois de anos, a rádio saiu do vermelho e começou a coçar a concorrência, especialmente a Guaíba. (Flávio A. Gomes citado em Ferrareto, 2000, p.173)

Em linhas gerais, a cobertura do futebol e os programas de entrevista são, ainda hoje, pontos fortes da programação da emissora, que disputa esse segmento do mercado radiofônico com as rádios Guaíba, Pampa e Difusora (Bandeirantes).

No período em foco, verificou-se também uma expansão das atividades da empresa pelo Estado de Santa Catarina (Cruz, 1996). Em Florianópolis, a exploração do negócio do rádio e da televisão foi seguida da fundação do *Diário Catarinense* (1984). Posteriormente (1992), procedeu-se a compra do *Jornal de Santa Catarina*, de Blumenau, objetivando facilitar a penetração no interior e assegurar melhores bases de distribuição. Segundo tudo indica, trata-se, nesse caso, de um expediente que pode vir a ser aplicado pela companhia em nosso Estado, como prova a recente aquisição do jornal *O Pioneiro*, de Caxias.

Deixando de mencionar com maior detalhe outras iniciativas recentes, como, por exemplo, a des-

centralização do parque gráfico da empresa e a filiação da Rádio 1.120 à Rede Central Brasileira de Notícias – CBN –, São Paulo, observamos, enfim, que somente o futuro poderá nos deixar dizer, com certeza, se o canal local de notícias e serviços jornalísticos há pouco tempo criado com o nome de TVCOM, de Porto Alegre, acabará por constituir-se em exemplo a ser seguido noutras cidades do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina.

A despeito dos vários planos de ação jornalística em curso ou anunciados pela corporação, precisamos salientar porém que, à primeira vista, sua política visa menos à expansão do mercado do que à ocupação de todos os seus espaços, adquirindo assim um cunho monopolista. A racionalidade mercadológica, que não exclui necessariamente critérios de qualidade editorial, predomina amplamente em seus projetos jornalísticos. A estratégia consiste sempre em proceder a uma integração vertical dos mercados em que atua, de modo que caiba aos veículos da empresa o controle, senão da esfera pública midiada, pelo menos das principais fontes de patrocínio publicitário.

Quando o *O Pioneiro* foi comprado pela Rede (1993), Caxias do Sul foi privada de maneira quase instantânea de seu segundo jornal diário. *O Pioneiro* havia suplantado ou absorvido folhas menores, assumindo a liderança do mercado na região serrana. Em 1988, começou a enfrentar a concorrência por parte de um novo jornal, a *Folha de Hoje*. As vantagens comparativas e o poderio econômico agregados ao veículo pelos novos controladores determinaram o imediato fechamento deste último, sugerindo situação que pode voltar a se repetir em outras cidades do Rio Grande.

Considerando aspectos como esses, podemos entender, portanto, por que a transformação do jornalismo rio-grandense em parte da indústria cultural se confunde com o processo de ascensão da Rede Brasil Sul. Nos anos 80, o jornalismo gaúcho passou a se pautar e a se medir pelos padrões editoriais de suas várias redações; seus postos de trabalho converteram-se nos mais disputados e prestigiosos, ocupando os profissionais mais renomados. Queira ou não, o chamado grande público tornou-se cativo de seus meios jornalísticos, encontrando em seus telejornais sua principal fonte de informação. Segundo dados da revista *Imprensa*, o *RBS Notícias*, programa de televisão levado ao ar no início da noite, por exemplo, possuía, em 1990, 66% da audiência do horário, e a Rádio Gaúcha, emissora líder em seu segmento, concentrava aproximadamente 10% da audiência média da grande Porto Alegre.

O significado dessa tendência ao controle dos canais de formação da opinião pública local e conseqüente monopolização dos principais recursos de financiamento da atividade jornalística por parte da empresa, como já foi dito, é matéria complexa, cuja consideração exigiria exame mais detido e, devido à sua atualidade, não se presta ao melhor da análise histórica. Sabemos que é pequeno o espaço para o jornalismo local que seus veículos de televisão propiciam. A TV Bagé, por exemplo, possuía profissionais atuando nessa área em 1995, dedicando não mais que 18 minutos diários de sua programação semanal à informação local, segundo dados da empresa. A exploração salarial e controle patriarcal da mão-de-obra por certo são, como dizem alguns críticos do monopólio, fatores a explicar situações como essa e a rápida expansão da empresa. Entretanto, não de-

veríamos dar a questão encerrada de maneira tão simples e sumária, como sugere uma das poucas análises do caso disponíveis na literatura (Ramos, em Guareschi e Ramos, 1988).

Faltando-nos os meios para desenvolvê-las por conta própria, caberia salientar, à guisa de conclusão, dois aspectos, notando em primeiro lugar o caráter extremamente nocivo desse processo para os profissionais da imprensa escrita, cujo mercado de trabalho tem-se estreitado ou tornado mais difícil ao longo dos últimos anos, dado o fechamento de grandes jornais, as políticas de compressão salarial e a mesquinhez das atividades jornalísticas da maioria das empresas interioranas.

Número de jornalistas empregados nas emissoras de rádio e TV no Rio Grande do Sul: 1940-1980

Ano	Rádio		Televisão	
	N°	%	N°	%
1940	16	12	—	—
1950	51	8	—	—
1960	99	9	8	1
1970	251	12	40	4,5
1980	544	13	192	8,2

Fontes (1940) DIP; (1950) SEC; (1960-1980) IBGE. Observação: dados a partir de 1970 incluem produtores e apresentadores, no tocante ao item *televisão*.

O problema já é antigo para a categoria e grave em sentido para a vida pública, havendo ensejado uma experiência de solução rica e original, que marcou época: a Cooperativa dos Jornalistas de Porto Alegre (1974). Nos anos 70, a cooperativa, com efeito, reuniu cerca de 3 centenas de profissionais em torno de um projeto editorial que manteve durante vários anos um periódico de circulação nacional e chegou a publicar um semanário estadual, chamado *O Rio Grande* (1976).

"A Coorjornal oferecia serviços jornalísticos e de diagramação para produção de jornais, através de uma edição de agricultura e cooperativismo, de um departamento especializado, de uma agência de notícias e de uma agência de fotografia" (Kucinski, 1991, p.212) tendo seu principal veículo, o mensário de mesmo nome, vivido "seus melhores momentos, não só pelo conteúdo de suas informações, mas, também, por sua penetração na sociedade e pelas respostas dos leitores, entre 1977 e 1978" (Ucha, 1985, p.56).

O *Coojornal*, mensário integrante da denominada imprensa alternativa, conquistou celebridade nacional pela novidade de seu jornalismo investigativo. Durante o regime militar, o veículo publicou grandes páginas da reportagem brasileira, entrando em rota de colisão com os mandões da época. O fracasso da experiência costuma ser atribuído a esse problema. Na verdade, porém, concorreram outros fatores. Embora valiosas do ponto de vista editorial, as atividades da cooperativa careciam de um suporte empresarial mais sólido e não havia um mercado capaz de sustentar suas publicações. O resultado das pressões políticas e da fragilidade administrativa foi o declínio da iniciativa e o desaparecimento do *Coojornal* em 1982 (Oliveira, 1995, p.106-179).

Nos últimos anos, o panorama profissional tem mudado um pouco, devido à modernização dos jornais do interior e ao aumento de postos de trabalho nas redações de televisão. Também surgiram novas soluções. A viabilização de algumas emissoras de rádio e TV e a oferta de novos canais via cabo ou microondas possibilitaram a muitos profissionais comprarem espaço e criarem seus próprios programas, a exemplo do conheci-

do *Câmera 2* (TV Guaíba). No terreno da mídia impressa, o cooperativismo deu lugar à formação de pequenas empresas prestadoras de serviço editorial e de assessoria de imprensa, de onde se originaram publicações até certo ponto bem-sucedidas, como a revista *Amanhã* de 1986.

De resto, parece-nos ainda muito cedo para falar sobre o impacto que as novas tecnologias de comunicação poderão vir a produzir em nosso jornalismo. Desde 1995, mais ou menos, tem sido intensa a movimentação por parte dos empresários do ramo no sentido de empregar jornalisticamente os serviços prestados pelos provedores de acesso à internet. Lidamos, no caso, com um terreno volátil e com um assunto perigoso para o julgamento mais definitivo, no qual as principais apostas estão sendo feitas pelas grandes empresas nacionais e estrangeiras da área, mas não se pode excluir a possibilidade de que pequenos investidores locais, cientes de que – nesse campo – o capital inteligência tem um papel muito importante, venham, por essa via, a construir novos canais e meios jornalísticos no Rio Grande do Sul.

Retornando ao argumento principal, desejamos salientar, em segundo lugar, que as tendências monopolistas em curso no jornalismo rio-grandense não possuem uma especificidade regional. Pelo contrário, precisam ser vistas como exemplo local de um fenômeno que caracteriza o jornalismo no Brasil e no mundo. A progressiva decadência dos jornais, a redução dos canais de informação massivos ao meio televisual e a subsunção do jornalismo aos esquemas da indústria cultural são acontecimentos inscritos na racionalidade da sociedade capitalista contemporânea.

A Rede Brasil Sul não controla os principais meios de informação e lidera o mercado de mídia como simples empresa regional. A ascensão do grupo se confunde com o processo de formação da indústria cultural, não apenas na região em que ele atua, mas no contexto geral de nosso País. A associação com empresas dos centros mais fortes e, nos últimos anos, do exterior, é apenas um fator a revelar sua condição de agente do capital informação como um todo. Desde algum tempo, a corporação tem sido a principal mediadora local de nossa inserção, desigual e contraditória, na modernidade avançada (Guedes, 1997). Nesse sentido, representa um fenômeno definidor do momento a partir do qual a análise do jornalismo rio-grandense, estabelecida a ligação de seu destino ao modelo da empresa estruturada como conglomerado multimídia, passa a depender, de maneira quase que total, do estudo da história da imprensa no Brasil.

CONCLUSÃO

A recapitulação das análises precedentes nos sugere a formulação de algumas conclusões de ordem geral sobre a história do jornalismo no Rio Grande do Sul.

Segundo nosso modo de ver, o jornalismo pode ser conceituado como uma prática social ligada ao movimento de posição da esfera pública; ou seja, dos processos de formação e informação da chamada opinião pública em uma sociedade. Destarte, conviria visualizá-lo sem lentes essencialistas; fugir dos juízos de princípio, que o rotulam ora de meio de manipulação, ora de meio de esclarecimento. Como atividade inserida em um campo de relações de poder, o jornalismo, sem dúvida, não pode ser dissociado desses aspectos, mas esses não lhe são intrínsecos, provindo antes do sentido conferido à práxis humana em cada época histórica.

Partindo desse suposto, tentamos mostrar em nosso estudo como o fenômeno integrou os processos de construção, manutenção e mudança dos mais diversos projetos de condução da sociedade rio-grandense para, agora, colocar a pergunta, própria de uma pesquisa histórica, sobre a especificidade do jornalismo rio-grandense. Podemos ou não falar de um caráter regional ou gaúcho das práticas jornalísticas que vêm-se fazendo no Estado desde 1827?

A resposta a esta pergunta mereceria um pequeno ensaio, para o qual julgamos ter lançado algumas bases nesta pesquisa. Nossa hipótese é de que nosso jornalismo não tem qualquer especificidade re-

gional, seu desenvolvimento e características, salvo as condições particulares de seu contexto social-histórico, confundem-se com aquelas do jornalismo em geral, na medida em que o jornalismo é um fenômeno ocidental moderno. Isto é, constitui um fenômeno universal em sua estrutura, significado e valor, como ponderou Max Weber.

A compreensão do jornalismo gaúcho se confunde com a do jornalismo brasileiro, e esse, com a do jornalismo em geral, na medida em que os dois primeiros fazem parte da formação deste último, em condições históricas específicas. A imprensa gaúcha, sem dúvida, serviu várias vezes de aparelho tradicionalista. Entretanto, jamais houve um jornalismo tradicionalista no Rio Grande do Sul.

O Separatista, bissemanário fundado por Telmo Almeida, em Santa Maria (1922), integra-se perfeitamente naquilo que se convencionou chamar de ideologia do gauchismo (Golin, 1983). Apenas para se ter uma idéia, a propaganda separatista e a "campanha pela redenção do Rio Grande" feitas por ele chegaram a tal ponto que levaram à prisão o diretor da folha, Júlio Bozano.

Para Nilda Jacks, o movimento nativista soube fazer sua mídia, revigorou as tradições gauchescas e, "apoiado por alguns intelectuais e setores de imprensa, serviu para oxigenar a cultura regionalista em todos os âmbitos da manifestação cultural do Estado" (Jacks, 1999, p.76). Isso só em parte tem a ver com o processo histórico. O retorno ao passado pastoril hoje em dia cada vez mais acontece sob a égide do modernismo tecnológico. Como diz Ruben Oliven, embora não seja claro seu juízo de conjunto, "a identidade gaúcha é atualmente reposta não mais nos termos da tradição farroupilha mas enquanto expressão de uma distinção cultural em um país onde os meios de comunicação de

massa tendem a homogeneizar a sociedade culturalmente" (Oliven, 1992, p. 128).

Realmente, acontece que, em termos de hegemonia, o nativismo de fato está, sim, a "produzir símbolos para o mercado". Noutros termos, a assegurar a comunicação de acordo com a lógica da indústria da cultura, como, aliás, confirma um estudo sobre a presença desse tipo de conteúdo na programação radiofônica porto-alegrense contemporânea (Guedes, 1997).

Apesar disso, não surgiu uma mídia nativista, assim como não houve, antes, um conceito e uma prática jornalística tradicionalista. Na verdade, nessa matéria, o fenômeno que mais se aproximou de uma especificidade regional foi a doutrina jornalística do castilhismo. Castilhos, como se sabe, adaptou o positivismo comtiano à realidade regional, elaborando um projeto de governo que predominou no Rio Grande do Sul durante toda a República Velha. *A Federação*, dirigida por ele durante 10 anos, não só sustentou esse projeto político-partidário como esboçou uma doutrina jornalística, segundo a qual deveria haver o exclusivismo social do jornalismo politizante, racionalista e dirigido pelo Estado.

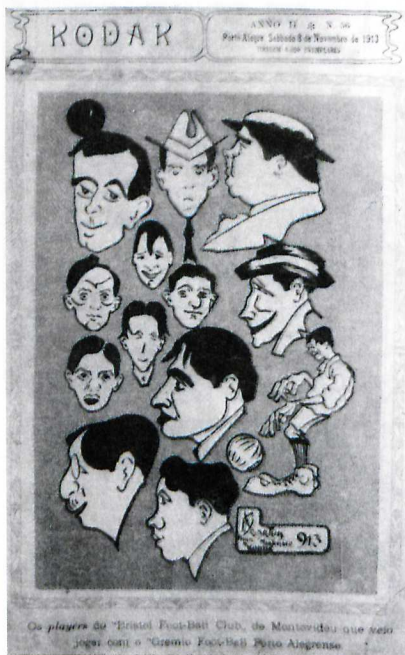
> Fala-se tanto em liberdade de imprensa e entende-se que essa liberdade deve ser ilimitada, deve ir talvez até a licença; mas isso seria um grande mal, além de que não há nada de ilimitado nas relações sociais; nenhuma faculdade humana é ilimitada em sua natureza, e, portanto, a liberdade ilimitada de escrever e de pensar é inadmissível, quando todas as outras liberdades são reguladas por leis e contidas em certos limites. [...] Assim entendido, e tendo sempre em vista imprimir uma direção prudente a sua evolução que se acelera, guiada pelas idéias positivas do século, não devem os povos abandonar a imprensa, porque sem ela não poderão indubitavelmente progredir. (*A Federação*: A Missão da Imprensa, 1/1/1934)

O estudo da doutrina que, supostamente por enquanto, embasa esse tipo de juízo, e que na ver-

dade nunca se transformou em regra prática generalizada, constitui um fascinante campo de pesquisa, pois através dele, então, poderemos saber se deixou algum legado permanente, ainda que disfarçado, no jornalismo do Rio Grande do Sul.

De qualquer modo, podemos postular que, propriamente falando, não houve, nem há, um jornalismo gaúcho, assim como não há um jornalismo nacional no Brasil. A formação e informação da opinião pública dependem de práticas universalmente reconhecidas e, por isso, os fenômenos de dominação, mas também os de esclarecimento, que elas contêm são de ordem histórico-universal. A particularidade, na verdade, está nas condições desiguais de desenvolvimento que o jornalismo encontrou em nosso País.

A miséria de nosso jornalismo não se encontra no seu conceito ou no seu papel, mas nas circunstâncias econômicas e culturais que transformaram a concorrência monopolista em monopólio do mercado, reduziram a cultura do jornalismo à cultura de massa, trocaram a qualificação do produto pela produção preocupada exclusivamente com custos, televisionaram a cultura para uma sociedade cujas faculdades culturais não saíram do embrião e, sustentando a publicação de anúncios a qualquer preço, fazem com que se ignore a responsabilidade social da publicidade.

A solução desses problemas cabe ao futuro, ao curso de uma práxis que deverá estar certa de que essa solução não sairá de nenhum plano ou idéia de salvação, mas dos conflitos e do enfrentamento prático dos jornalistas, dos empresários e do público com toda essa problemática, no contexto de um processo através do qual pode ser que se modifique o próprio regime jornalístico vigente no Rio Grande do Sul.

Revistas ilustradas. Nas primeiras décadas do século, as revistas ilustradas tiveram significativo papel como veículos de divulgação da vida mundana e das manifestações artísticas da sociedade. A *Kodak* (1912-1918) e a *Máscara* (1918-1928) criaram o conceito de reportagem fotográfica, publicando-se conforme os padrões da melhor imprensa ilustrada do centro do País.

Anúncio de estréia d'*O Repórter Esso* (*Diário de Notícias*, 1942)

Anúncio do vespertino *Jornal da Noite* (Porto Alegre, 1931-1937)

Breno Caldas

Jango Chegou

GOLPISTAS CALARAM RÊDE NACIONAL. SÓ UH GAÚCHA CIRCULA

REAGIREI CONTRA O GOLPE

Ultima Hora

3 MINISTROS E 2 GENERAIS ACOMPANHARAM O PRESIDENTE

MAZZILLI COLOCADO NA PRESIDÊNCIA

Última Hora (Porto Alegre, 1959-1964)

COOJORNAL

ÓRGÃO DA COOPERATIVA DOS JORNALISTAS DE PORTO ALEGRE

OS RELATÓRIOS DO EXÉRCITO SOBRE A GUERRILHA

EXCLUSIVO

OPERAÇÃO

Os padres que pegam no pesado

Coojornal , capa da edição que motivou a abertura de inquérito policial por parte do regime militar brasileiro em 1980.

Revista do Globo, capa de inícios dos anos 30.

Prédio *d'A Gazeta do Commercio* (Porto Alegre, 1910).

O INDEPENDENTE

DIRECTOR-GERENTE:

Premiado na Exposição de Turim – 1911

Porto Alegre

1822 **Salve, 7 de Setembro!** 1922

Cem annos de independencia

O Independente, semanário ilustrado porto-alegrense da década de 1910.

CORREIO DO POVO

JOÃO GOULART ABANDONOU BRASÍLIA ENQUANTO SE ANUNCIA VITÓRIA DO MOVIMENTO REBELDE

IV Exército e III Distrito Naval solidarizam-se com a rebelião

ÚLTIMA HORA

João Goulart chegou às 3,15 horas de hoje

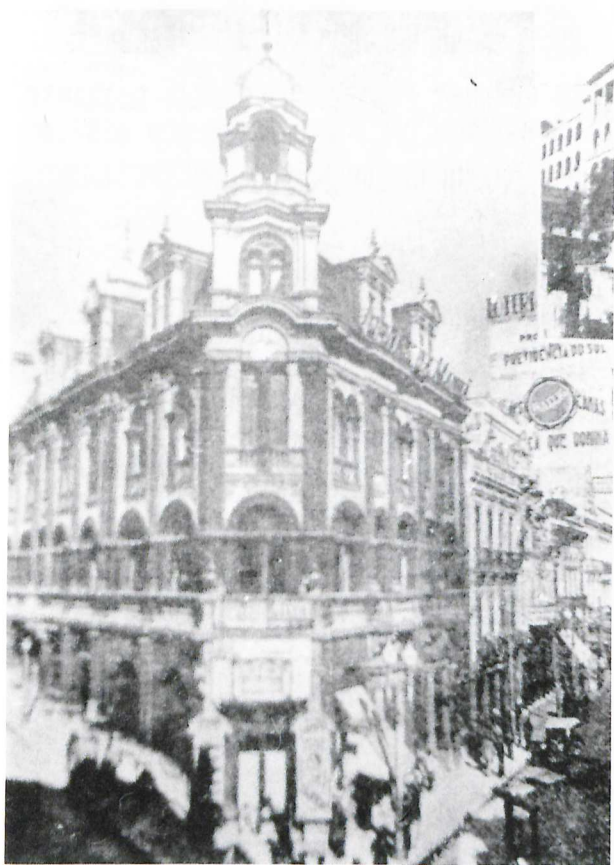
MAZZILLI EMPOSSADO NA PRESIDÊNCIA

Proclamação do general Ladário Pereira Teles

Abelardo Jurema e gov. Badger Silveira presos

PRONUNCIAMENTO DO SR. JOÃO GOULART

"NÃO RECUAREI, NÃO ME INTIMIDAREI E REAGIREI"

Correio do Povo, exemplar da fase em formato standart (década de 60).

Prédio da Companhia Jornalística Rio-Grandense (Porto Alegre, esqueina da Rua dos Andradas com General Câmara, década de 30).

Redação de um jornal (litografia de meados do século XIX).

Amostragem da imprensa interiorana rio-grandense (c. 1990)

FONTES

ARQUIVOS DOCUMENTAIS

– Biblioteca Pública do Estado. Porto Alegre: Seção de jornais e revistas.

– Biblioteca Pública de Pelotas: Seção de jornais.

– Biblioteca Sul-Rio-Grandense. Rio Grande: Arquivo de jornais.

– Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: Coleção de jornais.

– Museu Dom Diogo de Souza. Bagé: Setor de jornais.

– Museu Hipólito José da Costa. Porto Alegre: Setor de imprensa, arquivo de periódicos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Francisco. *O discurso político-partidário sul-rio-grandense sob o prisma da imprensa rio-grandina (1868-1895)*. Porto Alegre: PUCRS, 1998. (Tese de doutorado em História.)

BARBOSA, E.; CLEMENTE, E.; SILVA, J. *Breve histórico da imprensa sul-rio-grandense*. Porto Alegre: Corag, 1986.

BARRETO, Abeillard. *Primórdios da imprensa no Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Corag, 1986.

BARROS, Jefferson. *Golpe mata jornal*. Porto Alegre: Já Editores, 1999.

BONES, Elmar. *Luiz Rossetti - o editor sem rosto*. Porto Alegre: Copesul & LPM, 1996.

CAPARELLI, Sergio. *Comunicação de massa sem massa*. São Paulo: Cortez, 1978.

CARDOSO, F. H. *Capitalismo e escravidão no Brasil meridional*. 2.ed. São Paulo: Paz e Terra, 1977.

CRUZ, Dulce. *Televisão e negócio: a RBS em Santa Catarina*. Florianópolis: Editora da Universidade, 1966.

DACANAL, H.; GONZAGA, S. *RS: economia e sociedade*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1979.

___. *RS: cultura e ideologia*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1980.

DAL BÓ, Juventino (coord.). *Histórias da imprensa de Caxias do Sul*. Caxias do Sul: Arquivo e Museu Municipal, 1988.

DILLENBURG, Sérgio. *Os anos dourados do rádio em Porto Alegre*. Porto Alegre: Corag, 1990.

___. *Correio do Povo: história e memórias*. Passo Fundo: Editora da Universidade, 1997.

DORNELLES, Beatriz. *A prática do jornalismo interiorano no Rio Grande do Sul*. São Paulo: USP. (Tese de doutorado em Comunicação.)

FERRARETTO, Luis Artur. *Rádio no Rio Grande do Sul (Anos 20, 30 e 40)*. Porto Alegre: UFRGS, 2000 (Dissertação de Mestrado em Comunicação).

FLORES, Hilda (org.). *Correio do Povo: 100 anos*. Porto Alegre: Nova Dimensão, 1995.

FONTOURA, J. Neves. *Memórias*. Porto Alegre: Globo, 1956.

GALVANI, Walter. *Um século de poder: os bastidores da Caldas Júnior*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1995.

___. *Olha a Folha*. Porto Alegre: Sulina, 1996.

GOLIN, Tau. *A ideologia do gauchismo*. Porto Alegre: Tchê, 1983.

GONZAGA, Alcides. *Homens e coisas de jornal*. Porto Alegre: Globo, 1944.

GOULDNER, Alvim. *La dialéctica de la ideología y la tecnología*. Madri: Alianza, 1976.

GRAMSCI, Antonio. *Maquiavel e o Estado moderno*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

GUARESCHI, P.; RAMOS, R. *A máquina capitalista*. Petrópolis: Vozes, 1988.

GUEDES, Mário. *Fandango ao ritmo do bumbo legüero tribal*. Porto Alegre: PUCRS, 1997. (Dissertação de mestrado em Comunicação.)

GUERREIRO, Homero. *Jornal do Comércio*. Porto Alegre: Cia. J. C. Jarros, 1994.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

JACKS, Nilda. *Mídia nativa*. Porto Alegre: Editora da Universidade, 1998.

___. *Querência*: *cultura regional como mediação simbólica*. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1999.

JARDIM, Jorge. *Comunicação e militância: a imprensa operária no Rio Grande do Sul (1892-1923)*. Porto Alegre: PUCRS, 1990. (Dissertação de mestrado em História.)

KILPP, Suzana. *Apontamentos para uma história da televisão no Rio Grande do Sul*. São Leopoldo: Unisinos, 2000.

KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e revolucionários*. São Paulo: Scritta, 1991.

LOVATTO, Veronice. Jornalismo de cooperativas no Rio Grande do Sul. In: *Comunicação & Sociedade* 6. São Paulo: Cortez, 1981.

LOVE, Joseph. *O regionalismo gaúcho*. São Paulo: Perspectiva, 1975.

MARÇAL, J. B. *Quaraí: um século de imprensa*. Porto Alegre: NBS, 1983.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Imprensa e capitalismo*. São Paulo: Kairós, 1984.

___. *O capital da notícia*. São Paulo: Ática, 1986.

OLIVEIRA, Cassiano. *Imprensa alternativa e redemocratização no Brasil*. São Leopoldo: Unisinos, 1995. (Monografia de graduação em Jornalismo.)

OLIVEN, Ruben. *A parte e o todo*. Petrópolis: Vozes, 1992.

PORTO, Aurélio. *O colono alemão: notas para a história da imprensa no Rio Grande do Sul*. Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 1934.

REIS, Sérgio. *Making off*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1985.

REVERBEL, Carlos. Tendências do jornalismo. *Fundamentos da cultura rio-grandense*. n.1, p.99-124. Porto Alegre: UFRGS, 1957.

ROSSI, Rosemari. *Associação Rio-Grandense de Imprensa*. Porto Alegre: Corag, 1980.

RÜDIGER, Francisco. A Federação e o processo político-ideológico rio-grandense. *Comunicação & Cultura*. n.l, p.10-20. Porto Alegre: Museu Hipólito José da Costa, 1984.

___. O nascimento da imprensa no Rio Grande do Sul. *Revista do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas*. n.12, p.116-143. Porto Alegre: UFRGS, 1985.

___. A imprensa como agente da Revolução de 1893. *Anais do I Congresso de História da Revolução de 1893*. Bagé: Funba, 1990.

___. Contribuição à história da publicidade no Rio Grande do Sul. *Revista Famecos*. n.3, p.42-48. Porto Alegre: PUCRS, 1995.

___. Imprensa e esfera pública. In: GERTZ, R. e FISCHER, L. *Nós, os teuto-rio-grandenses*. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1998.

SCARDUELLI, Paulo. *Network de bombacha*. São Paulo: USP, 1966. (Dissertação de mestrado em Comunicação.)

SCHIRMER, Lauro. *A Hora: uma revolução na imprensa*. Porto Alegre: L&PM, 2000.

SPALDING, Walter. *História da imprensa no Rio Grande do Sul*. (Inédito.)

SODRÉ, Nelson W. *História da imprensa no Brasil*. 2.ed. Rio de Janeiro: Graal, 1978.

UCHA, Danilo. A história do Coojornal. In: *O poder da imprensa alternativa pós-64*. Rio de Janeiro: Rioarte, 1985.

VIANNA, Lourival. *Imprensa gaúcha* (1827-1852). Porto

Alegre: Museu Hipólito José da Costa, 1977.

VIANNA, Ruth. *A informatização da imprensa brasileira.* São Paulo: Loyola, 1992.

WAINBERG, Jacques. *O império das palavras.* Porto Alegre: PUCRS, 1998.

WEBER, Max. *Economía y sociedad.* México (DF): Fondo de Cultura Económica, 1962.